



POTENZIALANALYSE DER INDIVIDUELLE KUNDE

Delivering Transformation. Together.

sopra  steria
CONSULTING

AGENDA

1 | BEFRAGUNGSDESIGN

1. Methode und Stichprobe
2. Zusammensetzung der Stichprobe

2 | ZUSAMMENFASSUNG

3 | ERGEBNISSE





1 | BEFRAGUNGSDESIGN

Methode & Zusammensetzung der Stichprobe

METHODE UND STICHPROBE

Methode

- Online-Befragung
- Befragungsdauer: 10 Minuten
- Befragungszeitraum: September 2019

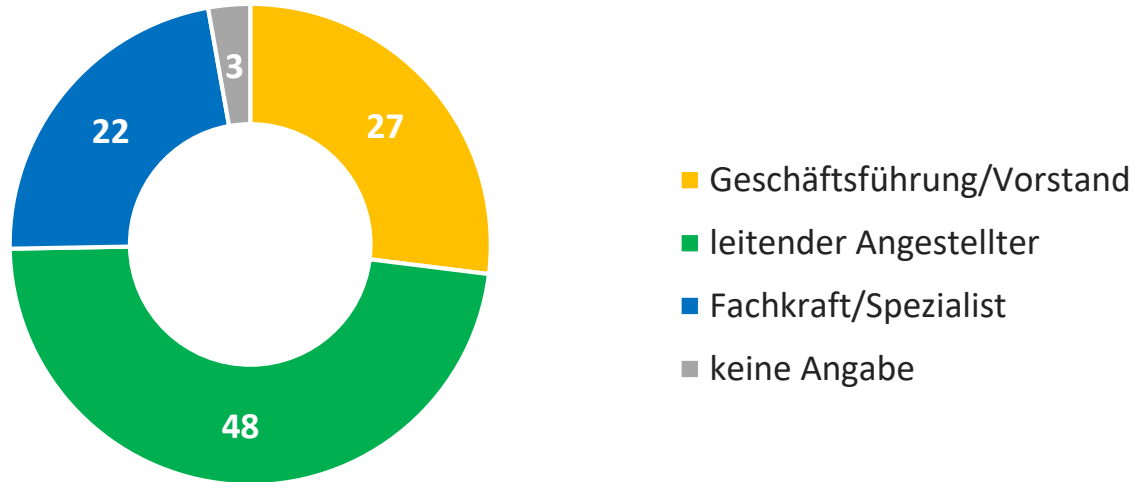
Stichprobe

- Stichprobenumfang: **n = 339**, entsprechend der folgenden Kriterien:
- Branchenzugehörigkeit: Banken, Versicherungen, sonstige Finanzdienstleistungen, Energie- und Wasserversorgung, Telekommunikation/Medien, öffentliche Verwaltung, Automotive, sonstiges verarbeitendes Gewerbe
- Position im Unternehmen: Geschäftsführung/Vorstand, leitender Angestellter oder Fachkraft/Spezialist
- Tätigkeitsbereich im Unternehmen: Vorstand/Geschäftsführung, Strategieentwicklung/Business Development, IT, Vertrieb/Verkauf, Marketing, Finanzen/Controlling
- keine Quotierung der Stichprobe



ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE

Position im Unternehmen

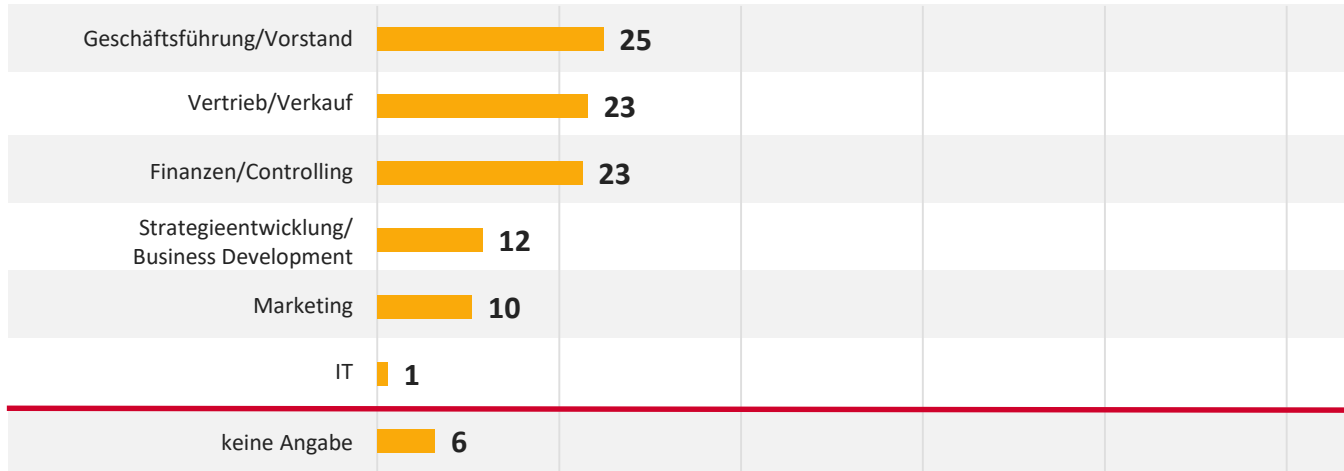


Basis: alle Befragten; n = 178;
Angaben in Prozent



ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE

Tätigkeitsbereich im Unternehmen

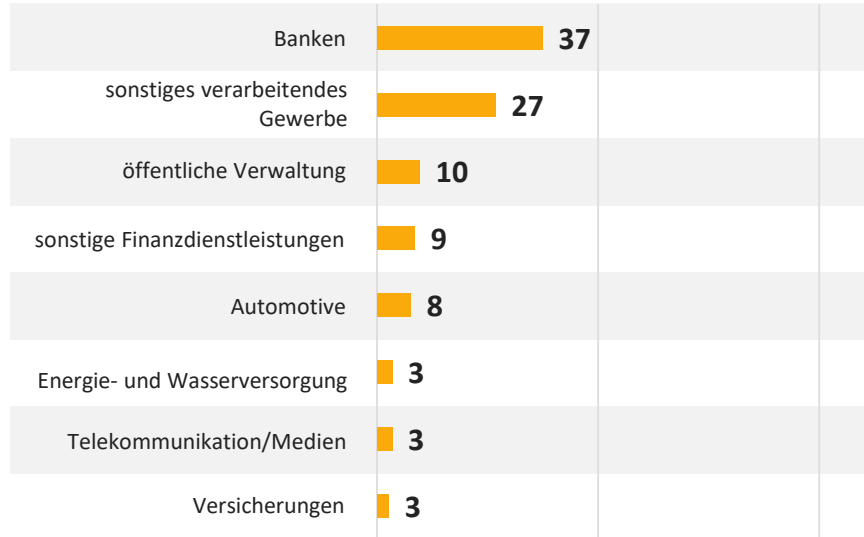


Basis: alle Befragten; n = 173;
Angaben in Prozent

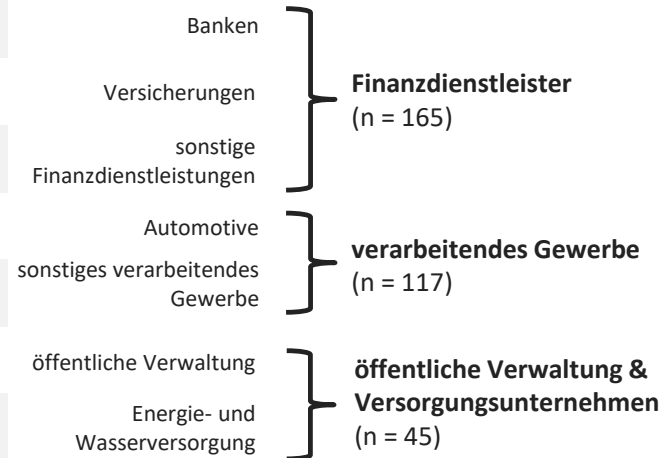


ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE

Branchenzugehörigkeit



Clusterbildung

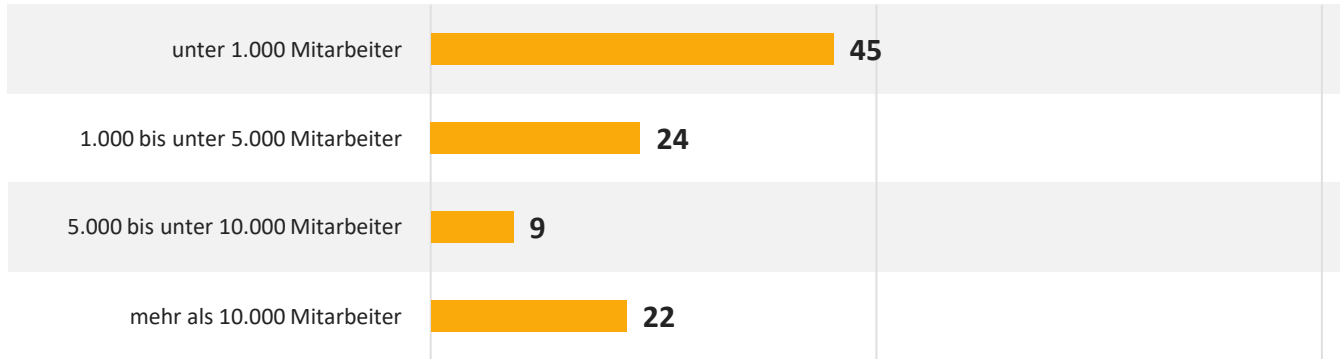


Basis: alle Befragten; n = 339;
Angaben in Prozent



ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE

Unternehmensgröße



Basis: alle Befragten; n = 323;
Angaben in Prozent





2 | ZUSAMMENFASSUNG

ZUSAMMENFASSUNG

- Für 88 Prozent der Befragten gehört die Kundenzentrierung derzeit zu den wichtigen Themen.
- Während knapp die Hälfte der befragten Entscheider die Kundenzentriertheit des eigenen Unternehmens als sehr gut bzw. gut bewertet, sieht ein identischer Anteil hier noch Nachholbedarf.
- Vier von zehn Unternehmen betreiben systematische Markt- und Meinungsforschung, um ihre Kunden besser kennenzulernen.
- Bei 37 Prozent erhalten die Mitarbeiter im Kundenservice mehr Handlungsspielraum, um auf individuelle Kundenbedürfnisse eingehen zu können.
- Als derzeit größte Hürden bei der Entwicklung hin zu mehr Kundenzentrierung nennen die Befragten einen hohen Investitionsbedarf (37 Prozent), Datenschutz und -sicherheit (36 Prozent) und fehlende Experten für die Entwicklung eines kundenzentrierten Geschäftsmodells (31 Prozent).
- Laut der Hälfte der Befragten konnten die Unternehmen aufgrund ihres Kundenfokus ihre Wettbewerbsposition stärken.
- Im Bereich des Kundenbeziehungsmanagements setzen die Befragten vor allem auf Kommunikationsmaßnahmen: 53 Prozent kommunizieren über soziale Netzwerke mit ihren Kunden.
- 46 Prozent nutzen Kundendaten zur individuellen Ansprache, und 39 Prozent verfügen über eine zentrale Kundendatenbank.
- Zwei Drittel der Befragten stellen fest, dass die Kunden im Zuge der Digitalisierung hinsichtlich Service und Qualität anspruchsvoller geworden sind. So beobachten 43 Prozent beispielsweise, dass die Kunden heutzutage eine 24/7-Erreichbarkeit voraussetzen.



ZUSAMMENFASSUNG

- Bei 48 Prozent kommt ein Produktportfoliomanagement bei der Entwicklung neuer Produkte und Services zum Einsatz. 41 Prozent nutzen agile Entwicklungsmethoden.
- Unter den Befragten nutzen 29 Prozent Dynamic Pricing für eine individuelle Preisgestaltung und 3 Prozent planen dies. Für 38 Prozent kommt das derzeit nicht in Frage.
- Im Vertrieb setzen 31 Prozent auf ein eigenes E-Commerce-Angebot. 27 Prozent vermarkten ihre Produkte oder Services (auch) über eine Beratungs- bzw. Vertriebs-App.
- Im Hidden Support (Unterstützung der Kundenberater mit Fakten und Vorschlägen) sehen die Befragten das größte Potenzial für den Einsatz Künstlicher Intelligenz (42 Prozent). Für ein Drittel hat als KI-Einsatzgebiet auch die Personalisierung von Produktangeboten großes Potenzial.
- Die Befragten greifen im Marketing, in der Produktentwicklung oder im Kundenservice auf Stammdaten (77 Prozent), auf Informationen zur Kunden- und Kaufhistorie (68 Prozent) und auf Daten aus Kundenservicekontakten (47 Prozent) zurück, um ihren Kunden individuelle Angebote zu unterbreiten.
- Die Verantwortung für das Kundenerlebnis liegt mehrheitlich bei der Geschäftsleitung (35 Prozent).
- 75 Prozent der Befragten berichten, dass sich die Erwartungen und das Kaufverhalten ihrer Kunden immer schneller verändern.
- 77 Prozent der Befragten sehen das zunehmende Kundenbedürfnis nach individuellen Produkten bzw. Services als eine Chance für Wachstum und mehr Umsatz im eigenen Unternehmen.





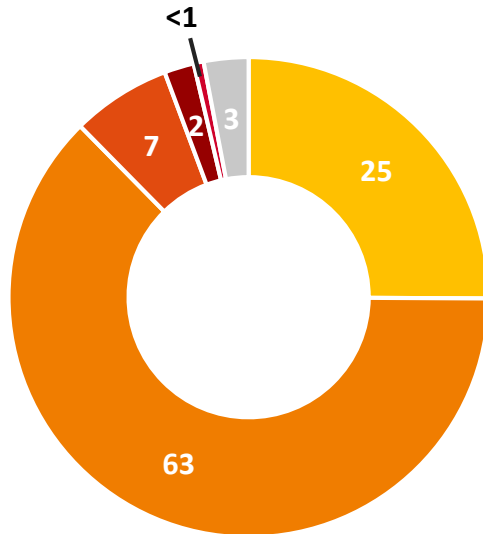
3 | ERGEBNISSE



KUNDENZENTRIERUNG HAT FÜR 88 PROZENT DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN EINE HOHE RELEVANZ

Welchen Stellenwert hat Kundenzentrierung in Ihrem Unternehmen, also die ganzheitliche Ausrichtung aller Prozesse auf die Bedürfnisse der einzelnen Kunden?

Die Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse ...



- ... ist derzeit das wichtigste Thema.
- ... gehört derzeit zu den wichtigen Themen.
- ... spielt derzeit eine untergeordnete Rolle.
- ... spielt derzeit keine Rolle.
- ... ist für uns eher ein Thema für die Zukunft.
- weiß nicht/keine Angabe

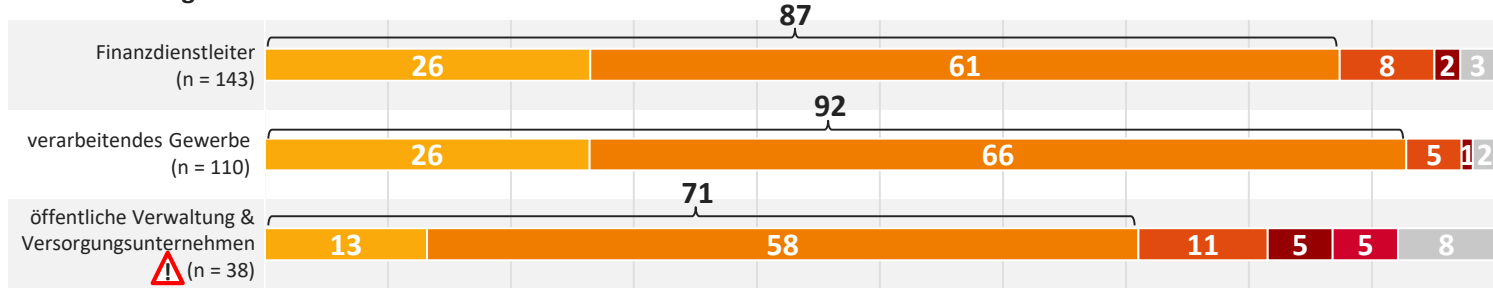
Basis: alle Befragten; n = 299;
Angaben in Prozent



FÜR DAS VERARBEITENDE GEWERBE IST DER KUNDENFOKUS BESONDERS WICHTIG

Welchen Stellenwert hat Kundenzentrierung in Ihrem Unternehmen, also die ganzheitliche Ausrichtung aller Prozesse auf die Bedürfnisse der einzelnen Kunden?

Die Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse ...



- ... ist derzeit das wichtigste Thema.
- ... gehört derzeit zu den wichtigen Themen.
- ... spielt derzeit eine untergeordnete Rolle.
- ... spielt derzeit keine Rolle.
- ... ist für uns eher ein Thema für die Zukunft.
- weiß nicht/keine Angabe

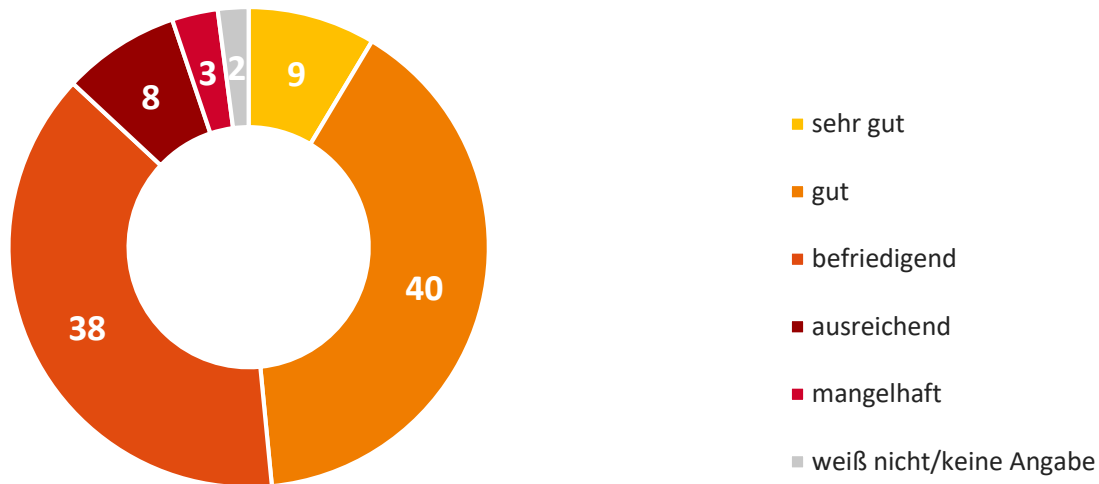
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

geringe Fallzahl



DIE KUNDENZENTRIERTHEIT IST BEI KNAPP DER HÄLFTE DER UNTERNEHMEN AUSBAUFÄHIG

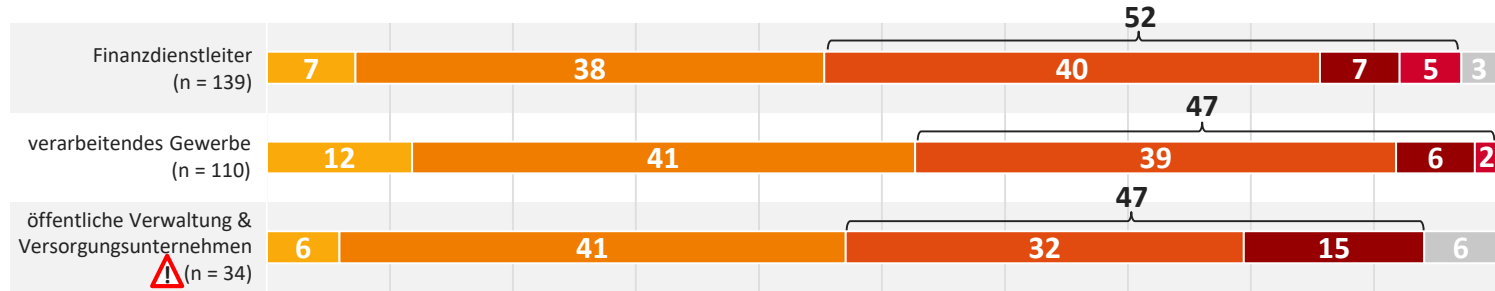
Wie bewerten Sie die derzeitige Kundenzentriertheit Ihres Unternehmens?



Basis: alle Befragten; n = 291;
Angaben in Prozent

IN SACHEN KUNDENZENTRIERTHEIT GIBT ES BRANCHENÜBERGREIFEND NOCH POTENZIAL

Wie bewerten Sie die derzeitige Kundenzentriertheit Ihres Unternehmens?



- sehr gut
- gut
- befriedigend
- ausreichend
- mangelhaft
- weiß nicht/keine Angabe

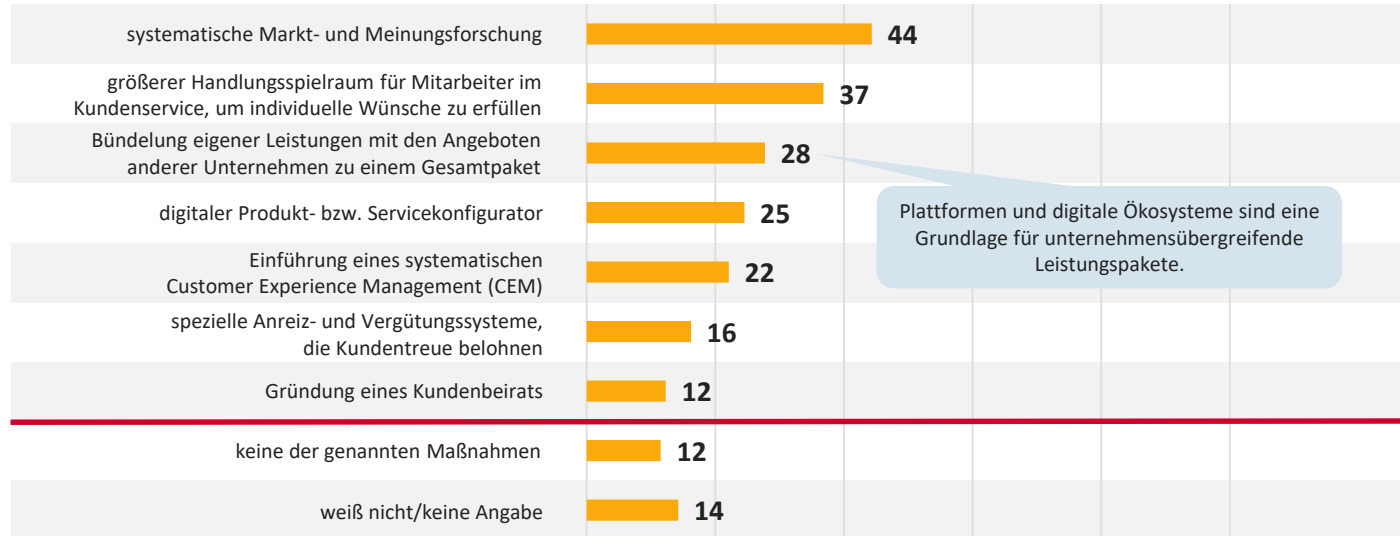
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

 geringe Fallzahl



4 VON 10 UNTERNEHMEN BETREIBEN MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNG, UM SICH BESSER AUF IHRE KUNDEN EINZUSTELLEN

Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen bereits ergriffen, um die Kundenzentrierung zu stärken?

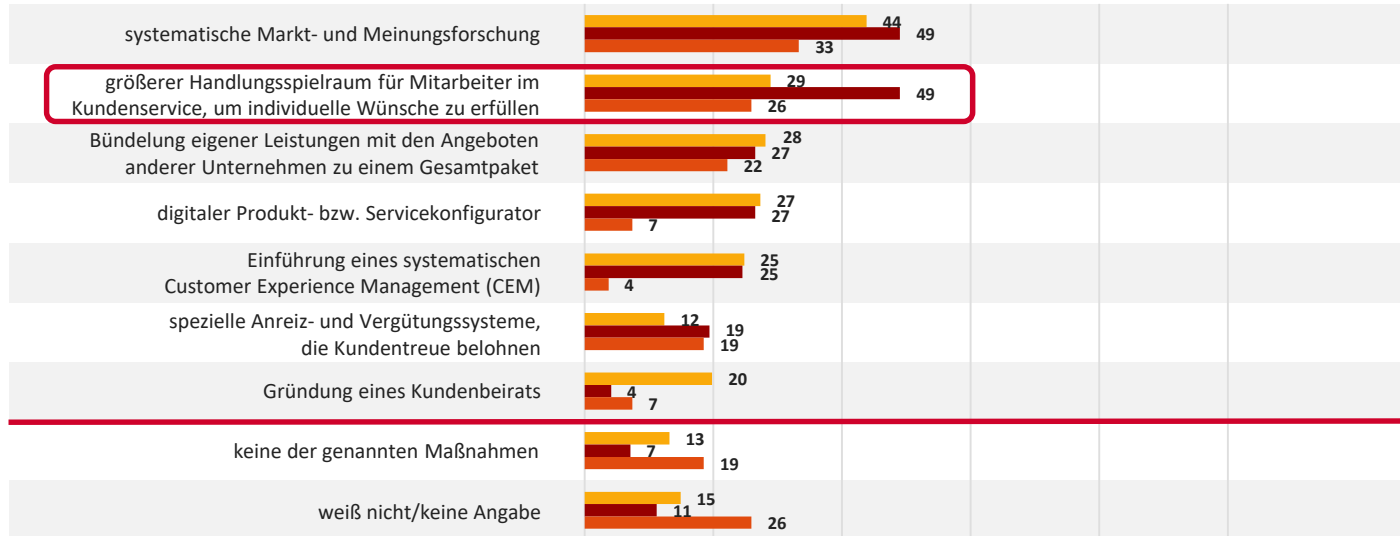


Basis: alle Befragten; n = 253;
Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



GUT JEDES ZWEITE UNTERNEHMEN AUS DEM VERARBEITENDEN GEWERBE HAT DEN HANDLUNGSSPIELRAUM DES KUNDENSERVICES ERWEITERT

Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen bereits ergriffen, um die Kundenzentrierung zu stärken?



■ Finanzdienstleister (n = 121)

■ verarbeitendes Gewerbe (n = 98)

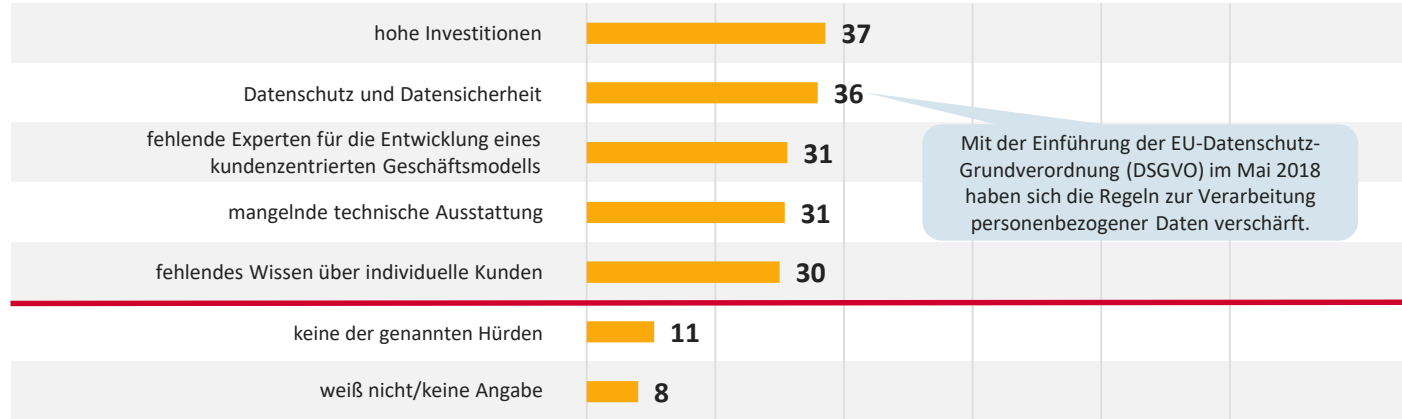
■ öffentliche Verwaltung & Versorgungsunternehmen (n = 27) ⚠ geringe Fallzahl

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



VOR ALLEM INVESTITIONSKOSTEN SOWIE DATENSCHUTZ UND -SICHERHEIT BREMSEN DIE ENTWICKLUNG HIN ZU MEHR KUNDENZENTRIERUNG

Was sind für Ihr Unternehmen derzeit die größten Hürden bei der Kundenzentrierung?

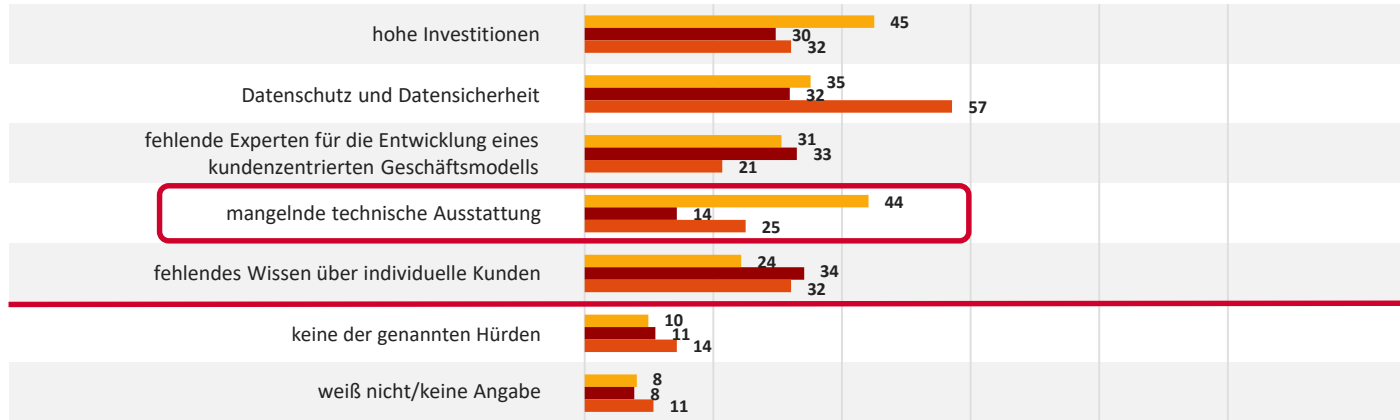


Basis: alle Befragten; n = 237;
Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



INSBESONDERE FÜR DIE FINANZDIENSTLEISTER IST DIE MANGELNDE TECHNISCHE AUSSTATTUNG EINE HÜRDE

Was sind für Ihr Unternehmen derzeit die größten Hürden bei der Kundenzentrierung?



■ Finanzdienstleister (n = 111)

■ verarbeitendes Gewerbe (n = 91)

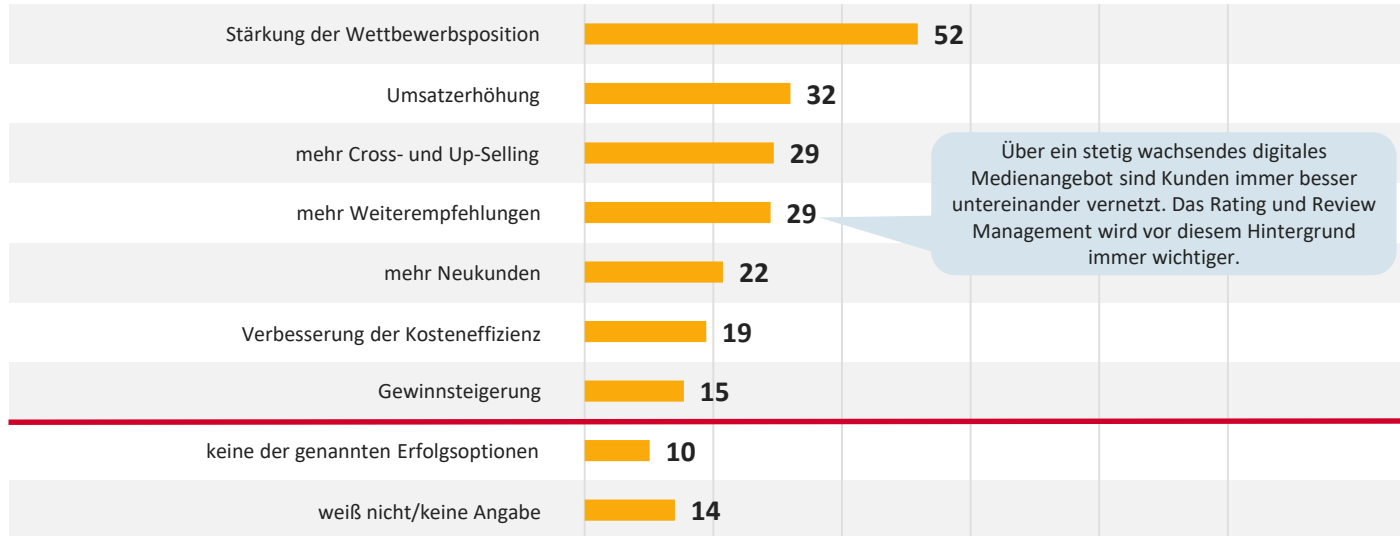
■ öffentliche Verwaltung & Versorgungsunternehmen (n = 28) ⚠ geringe Fallzahl

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



DIE AUSRICHTUNG AUF DEN KUNDEN HAT BEI DER HÄLFTE DER UNTERNEHMEN DIE WETTBEWERBSPOSITION GESTÄRKT

Welche ersten Erfolge hat Ihr Unternehmen bereits durch Kundenzentrierung erzielt?

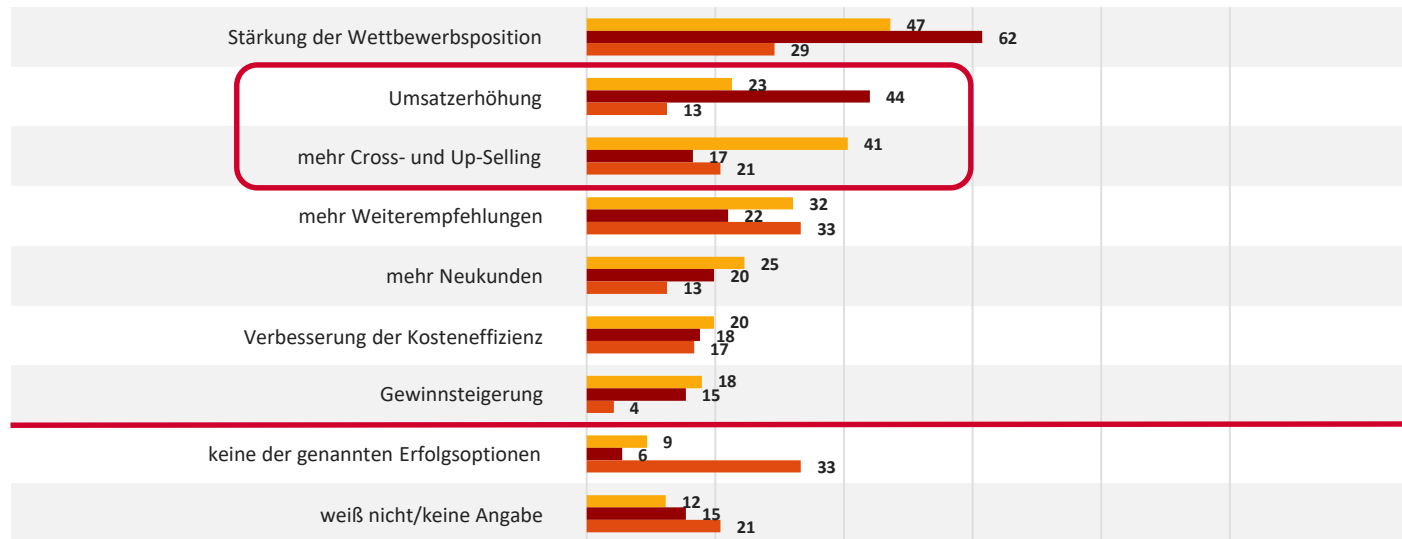


Basis: alle Befragten; n = 228;
Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



WÄHREND DAS VERARBEITENDE GEWERBE EINEN HÖHEREN UMSATZ VERBUCHEN KANN, SCHÖPFEN DIE FINANZDIENSTLEISTER DAS CROSS- UND UP-SELLING-POTENZIAL BESSER AUS

Welche ersten Erfolge hat Ihr Unternehmen bereits durch Kundenzentrierung erzielt?



■ Finanzdienstleister (n = 106)

■ verarbeitendes Gewerbe (n = 91)

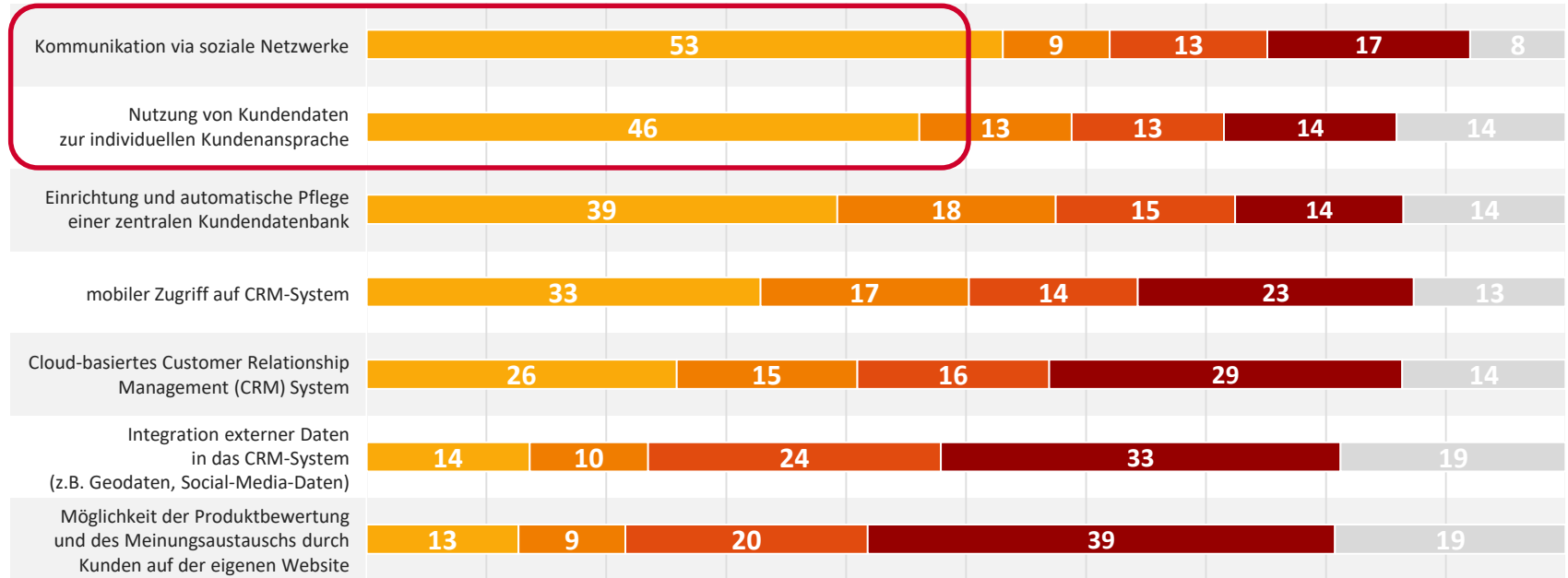
■ öffentliche Verwaltung & Versorgungsunternehmen (n = 24) ⚠ geringe Fallzahl

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent;
Mehrfachantworten möglich



ES KOMMT AUF DIE KOMMUNIKATION AN: DIE HÄLFTE DER UNTERNEHMEN IST IN SOZIALEN NETZWERKEN PRÄSENT, 46 PROZENT NUTZEN KUNDENDATEN ZUR INDIVIDUELLEN ANSPRACHE

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?



Basis: alle Befragten; n = 213;
Angaben in Prozent

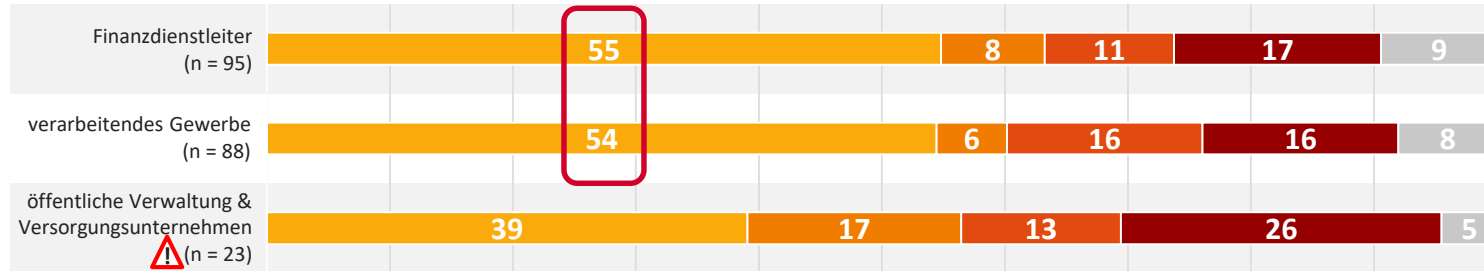
■ bereits in Anwendung ■ geplant ■ in der Diskussion ■ derzeit kein Thema ■ weiß nicht/keine Angabe



RUND DIE HÄLFTE DER FINANZDIENSTLEISTER UND DER UNTERNEHMEN AUS DEM VERARBEITENDEN GEWERBE INTERAGIERT MIT IHREN KUNDEN ÜBER SOCIAL MEDIA

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

Kommunikation via soziale Netzwerke



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

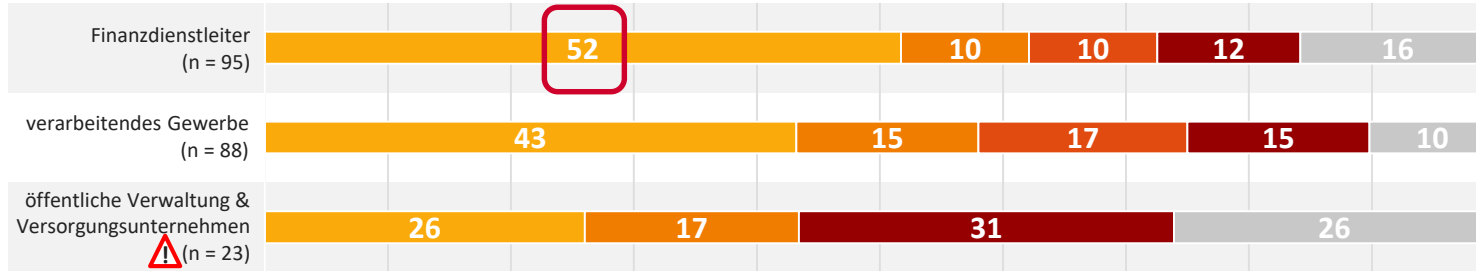
 geringe Fallzahl



INSBESONDERE FINANZDIENSTLEISTER OPTIMIEREN DIE INDIVIDUELLE KUNDENANSPRACHE AUF BASIS VORHANDENER DATEN

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

Nutzung von Kundendaten zur individuellen Kundenansprache



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

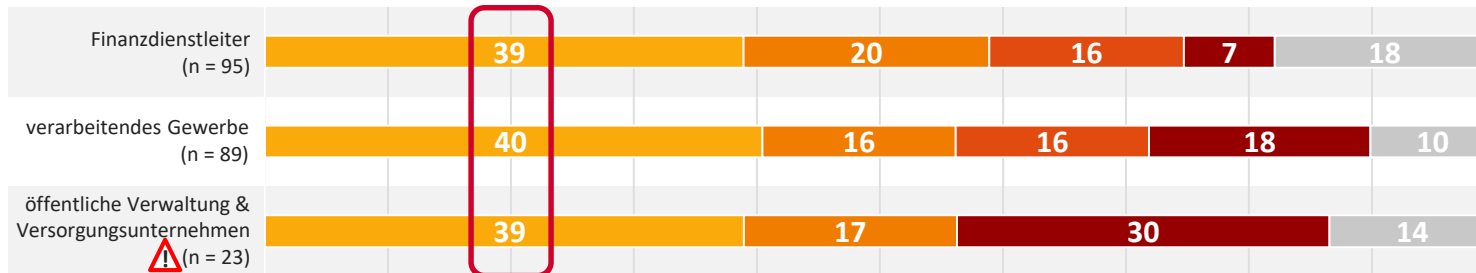
⚠ geringe Fallzahl



EINE ZENTRALE KUNDENDATENBANK IST BRANCHENÜBERGREIFEND BEI 4 VON 10 UNTERNEHMEN VORHANDEN

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

Einrichtung und automatische Pflege einer zentralen Kundendatenbank



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

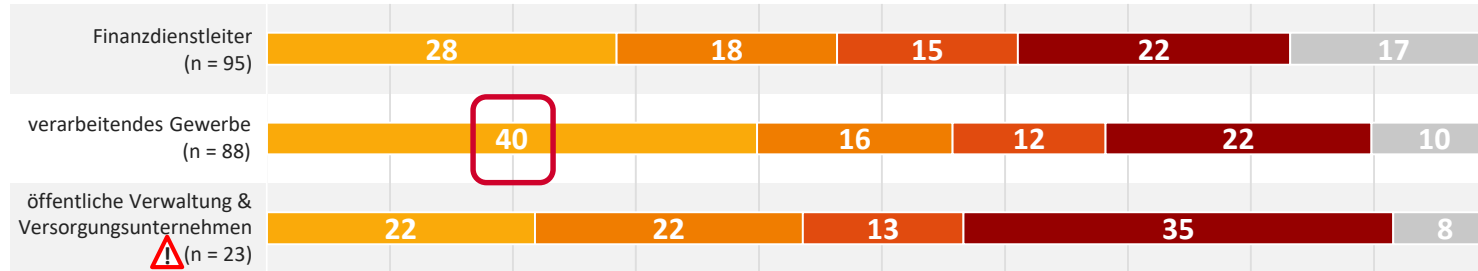
 geringe Fallzahl



IM VERARBEITENDEN GEWERBE IST DER MOBILE ZUGRIFF AUF EIN CRM-SYSTEM DERZEIT AM WEITESTEN VERBREITET

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

mobiler Zugriff auf CRM-System



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

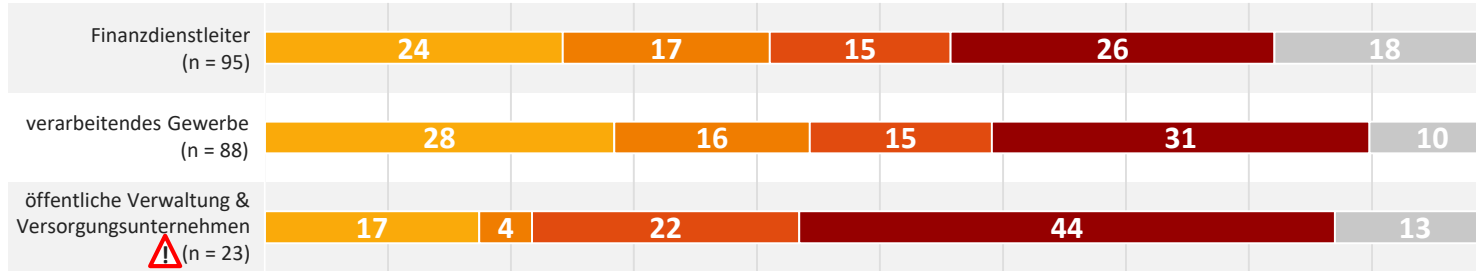
 geringe Fallzahl



EIN CLOUD-BASIERTES CRM-SYSTEM GEHÖRT IN DEN MEISTEN UNTERNEHMEN NOCH NICHT ZUM STANDARD

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

Cloud-basiertes CRM-System



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

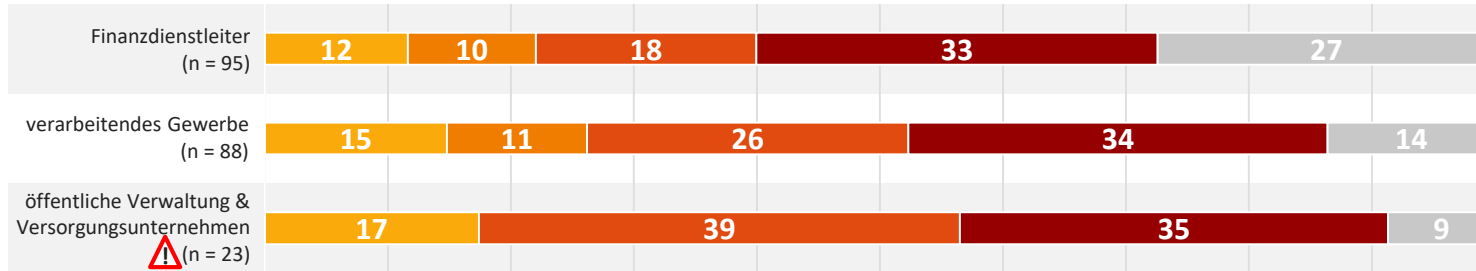
⚠ geringe Fallzahl



DIE INTEGRATION EXTERNER DATEN IN DAS CRM-SYSTEM SPIELT DERZEIT EINE UNTERGEORDNETE ROLLE

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

Integration externer Daten in das CRM-System (z.B. Geodaten, Social-Media-Daten)



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

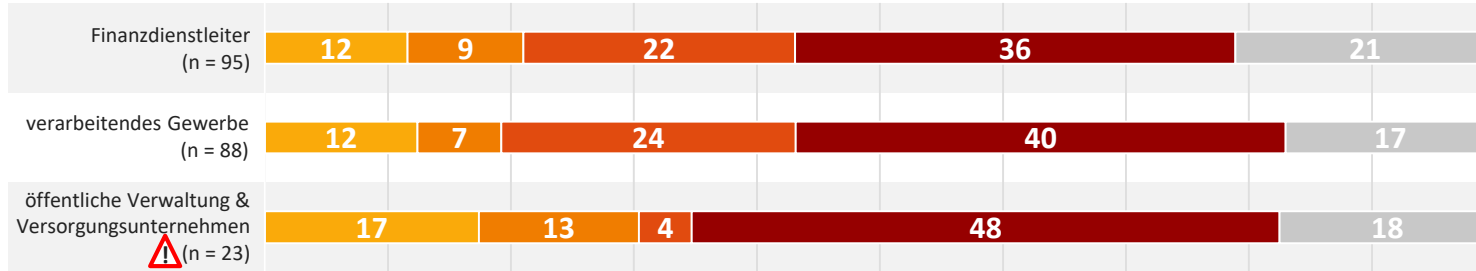
 geringe Fallzahl



DIE UNTERNEHMENSEIGENE WEBSITE DIENT EHER SELTEN ALS OFFENE KOMMUNIKATIONSPLATTFORM FÜR DIE KUNDEN

Welche der folgenden Maßnahmen des Kundenbeziehungsmanagements sind in Ihrem Unternehmen in Anwendung, geplant oder in der Diskussion?

Möglichkeit der Produktbewertung und des Meinungs austauschs durch Kunden auf der eigenen Website



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

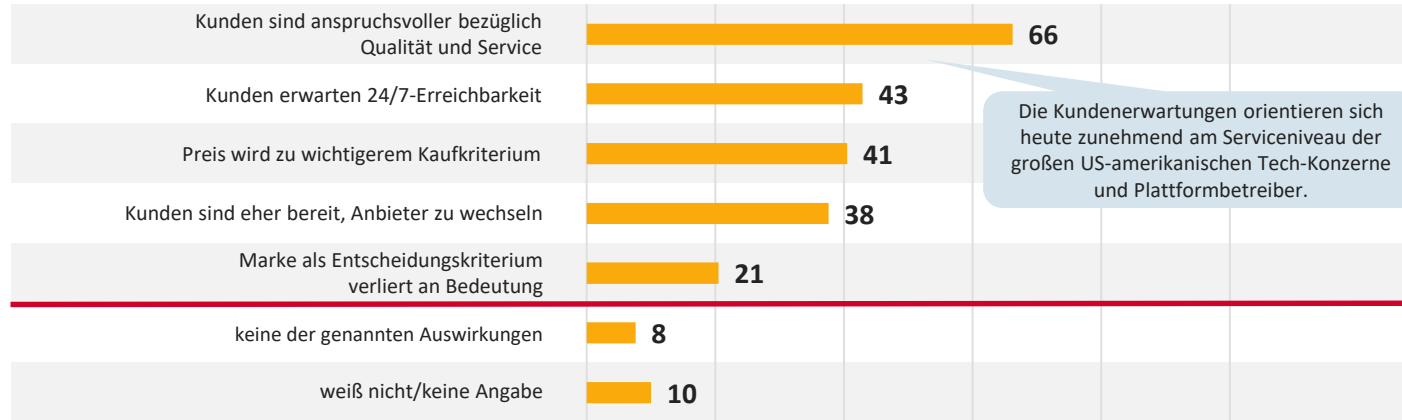
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

 geringe Fallzahl



IM ZUGE DER DIGITALISIERUNG STEIGEN DIE ERWARTUNGEN AN SERVICE UND QUALITÄT

Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenbeziehungen Ihres Unternehmens?

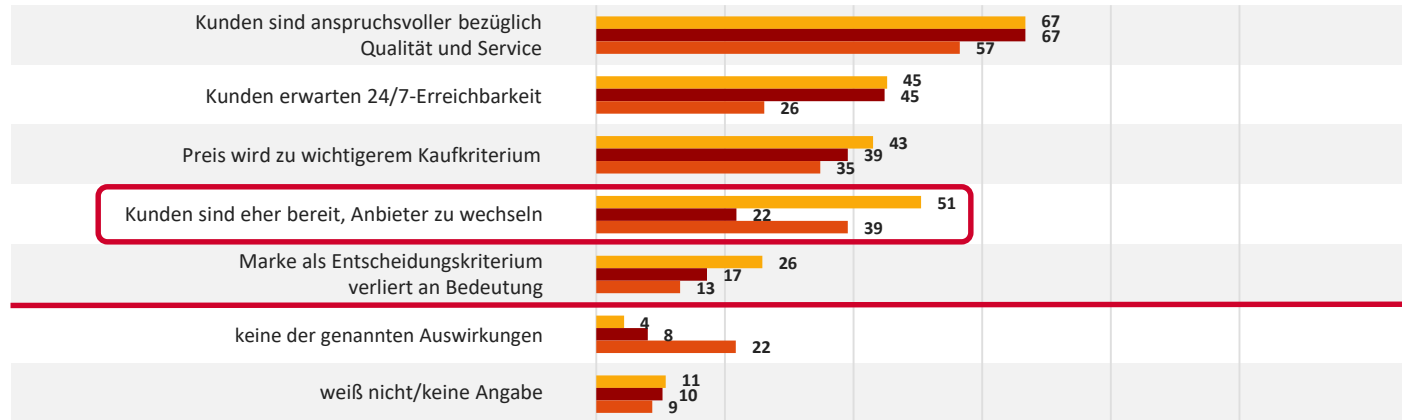


Basis: alle Befragten; n = 210;
Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



VOR ALLEM FINANZDIENSTLEISTER SPÜREN DIE ZUNEHMENDE BEREITSCHAFT DER KUNDEN, IHREN ANBIETER ZU WECHSELN

Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Kundenbeziehungen Ihres Unternehmens?



■ Finanzdienstleister (n = 93)

■ verarbeitendes Gewerbe (n = 87)

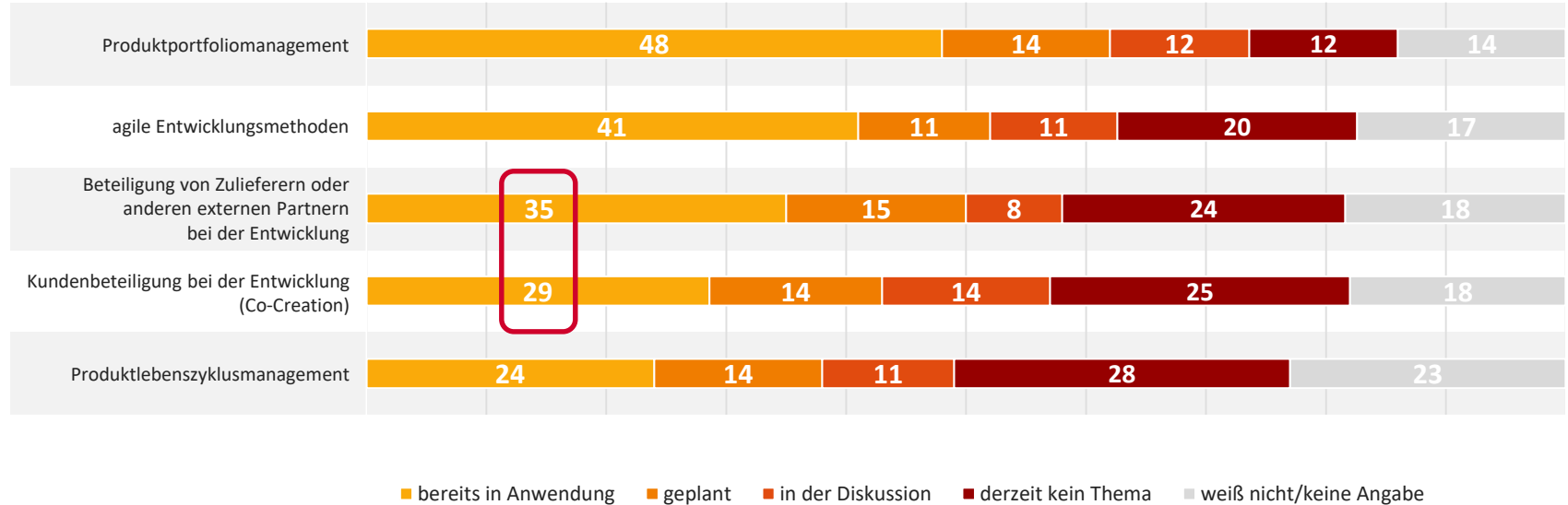
■ öffentliche Verwaltung & Versorgungsunternehmen (n = 23) ⚠ geringe Fallzahl

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



DIE ZUSAMMENARBEIT MIT ZULIEFERERN, KUNDEN UND ANDEREN EXTERNEN PARTNERN SOLL DIE ENTWICKLUNG NEUER PRODUKTE UND SERVICES VORANTREIBEN

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

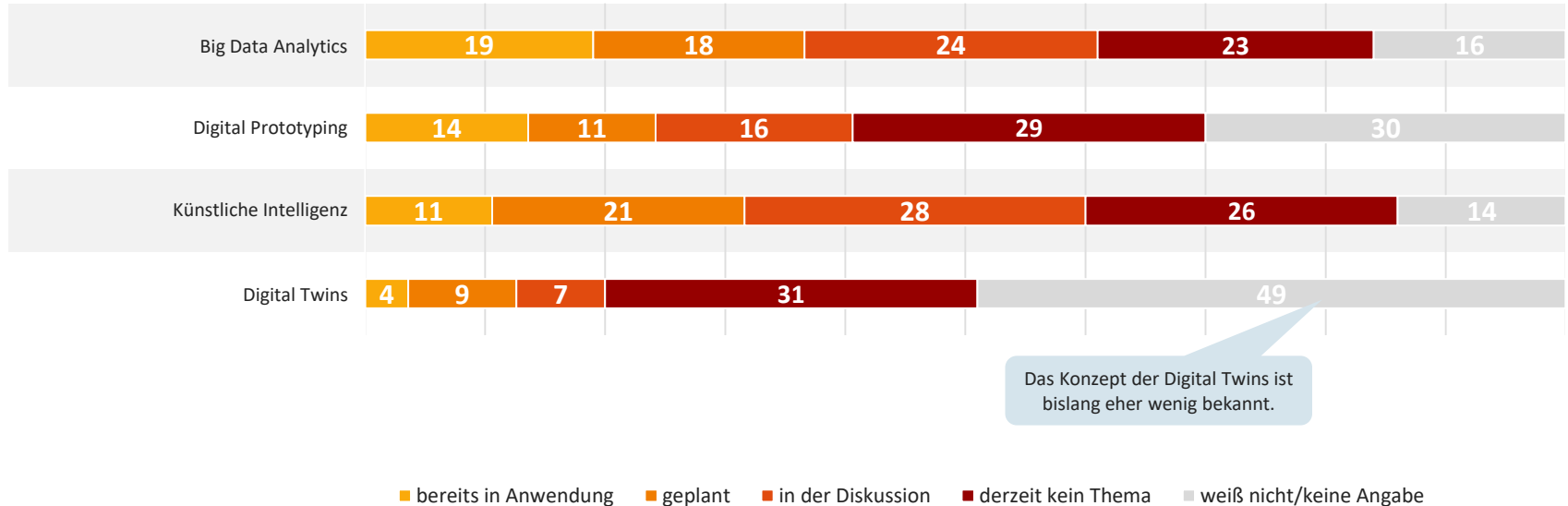


Basis: alle Befragten; n = 200;
Angaben in Prozent



GERADE BIG DATA ANALYTICS UND KÜNSTLICHE INTELLIGENZ BEFINDEN SICH DERZEIT IN PLANUNG ODER WERDEN DISKUTIERT

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?



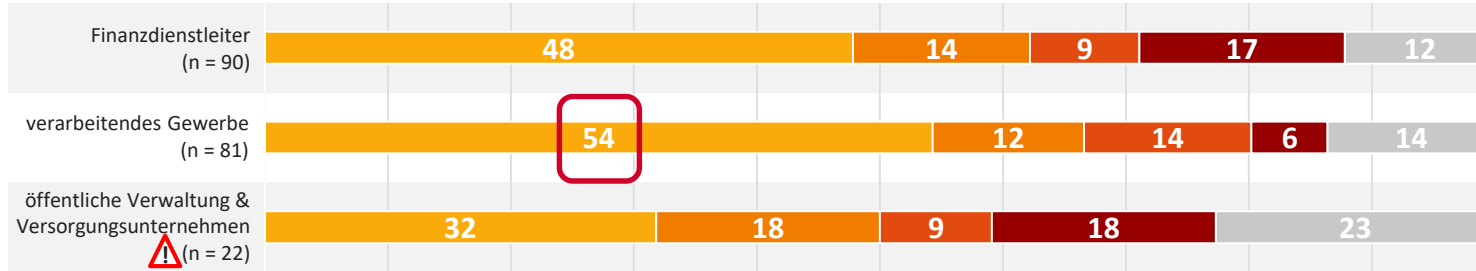
Basis: alle Befragten; n = 200;
Angaben in Prozent



IM VERARBEITENDEN GEWERBE KOORDINIERT JEDES ZWEITE UNTERNEHMEN DEN ENTWICKLUNGSPROZESS MITTELS PRODUKTPORTFOLIOMANAGEMENT

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Produktportfoliomanagement



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

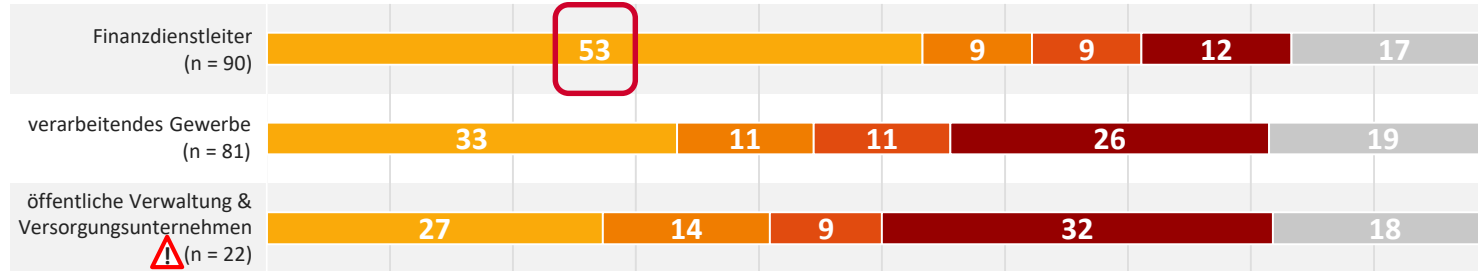
 geringe Fallzahl



AGILE METHODEN FINDEN VOR ALLEM IN DER ENTWICKLUNGSPRAXIS DER FINANZBRANCHE ANWENDUNG

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

agile Entwicklungsmethoden



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

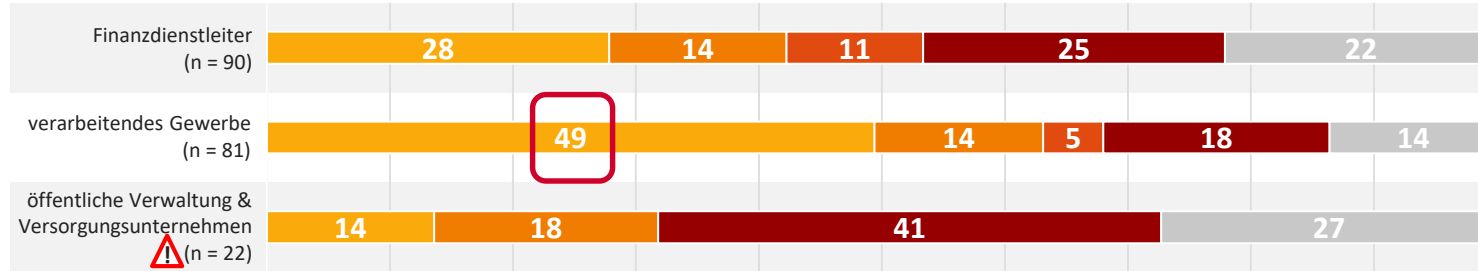
 geringe Fallzahl



VOR ALLEM DAS VERARBEITENDE GEWERBE KOOPERIERT IN DER PRODUKTENTWICKLUNG MIT EXTERNEN

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Beteiligung von Zulieferern oder anderen externen Partnern bei der Entwicklung



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

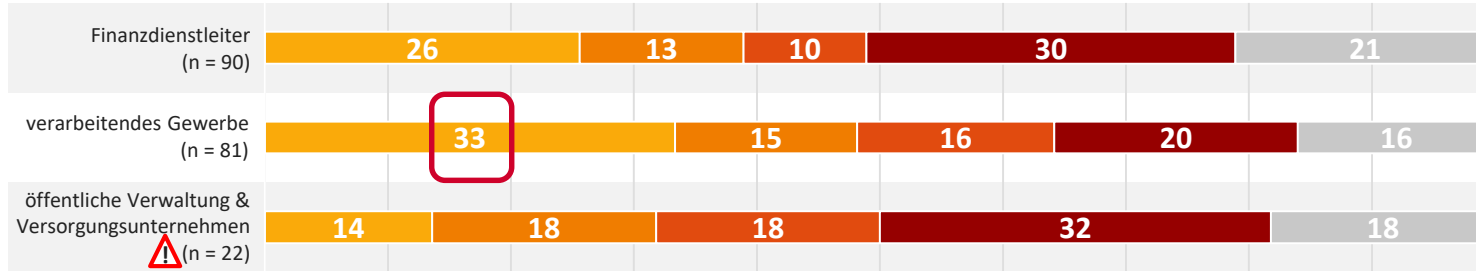
 geringe Fallzahl



EIN DRITTEL DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN AUS DEM VERARBEITENDEN GEWERBE BETEILIGT KUNDEN AM ENTWICKLUNGSPROZESS

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Kundenbeteiligung bei der Entwicklung (Co-Creation)



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

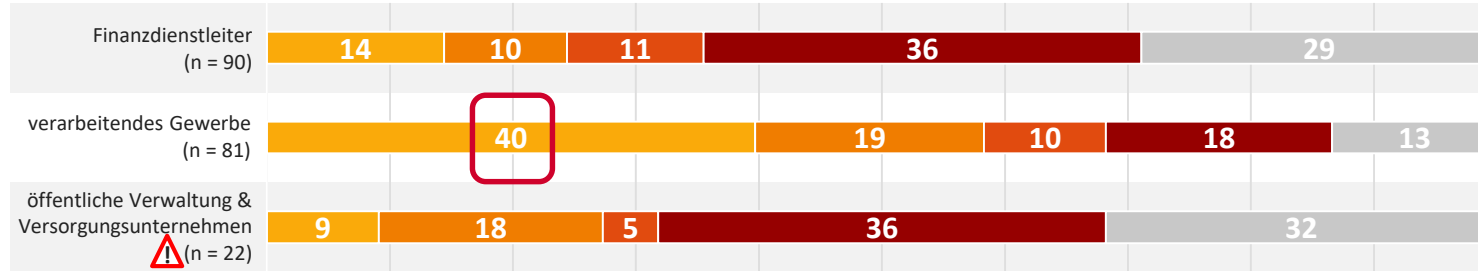
⚠ geringe Fallzahl



PRODUKTLEBENSZYKLUSMANAGEMENT IST VOR ALLEM FÜR DAS VERARBEITENDE GEWERBE WICHTIG

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Produktlebenszyklusmanagement



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

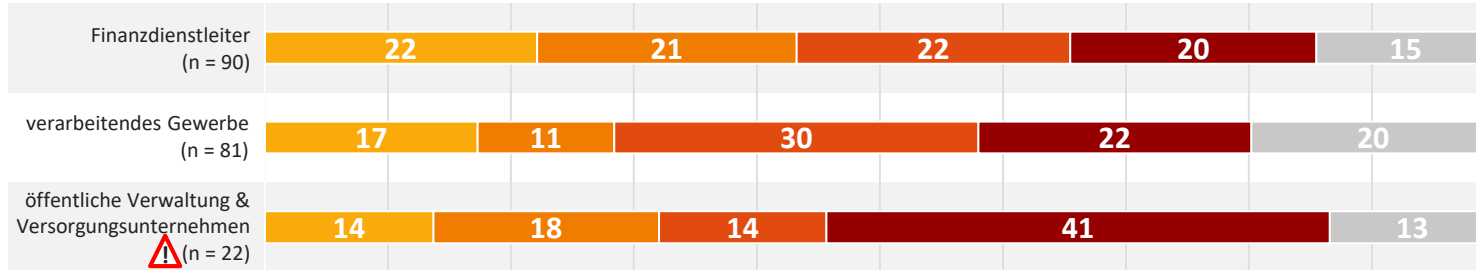
⚠ geringe Fallzahl



DIE ANWENDUNG VON BIG DATA ANALYTICS STEHT NOCH AM ANFANG

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Big Data Analytics



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

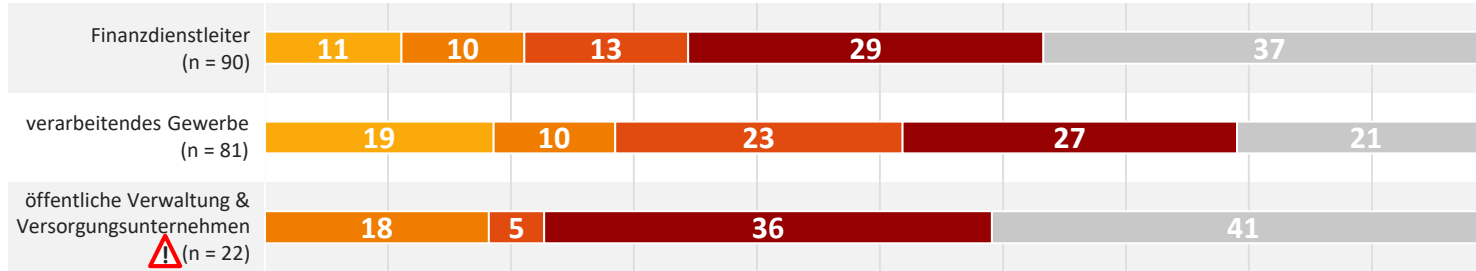
 geringe Fallzahl



DIGITAL PROTOTYPING HAT DERZEIT BRANCHENÜBERGREIFEND EINE GERINGE BEDEUTUNG

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Digital Prototyping



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

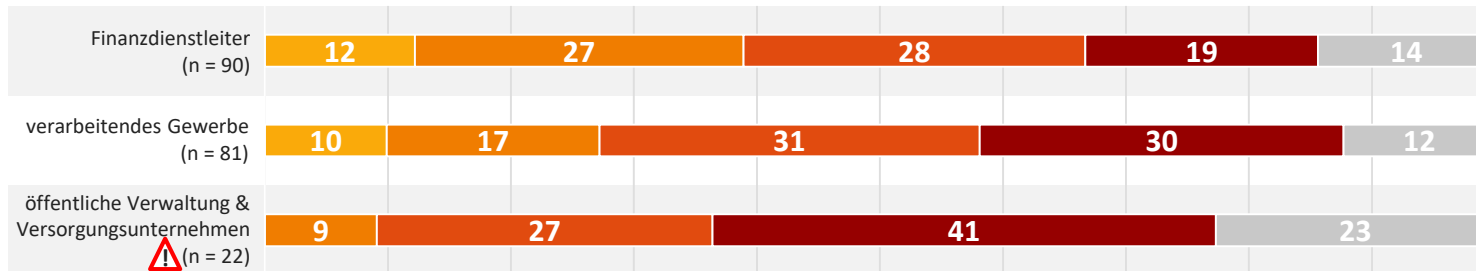
 geringe Fallzahl



DER EINSATZ KÜNSTLICHER INTELLIGENZ BEI DER ENTWICKLUNG NEUER PRODUKTE UND SERVICES WIRD NOCH DISKUTIERT

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Künstliche Intelligenz



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

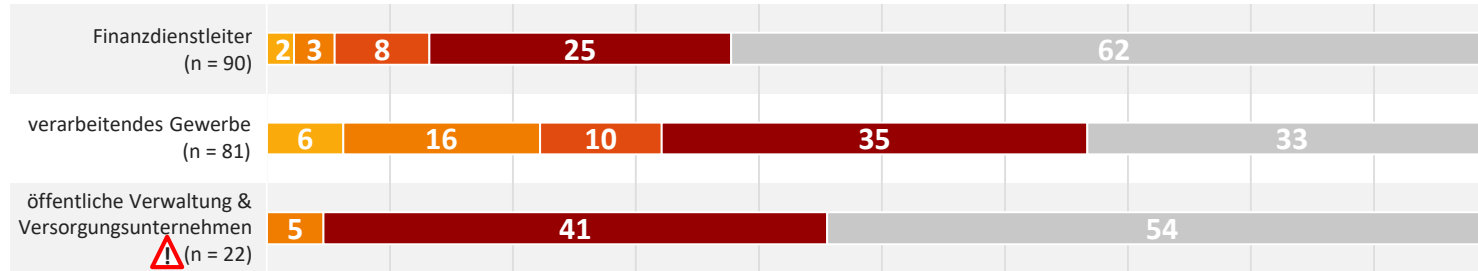
 geringe Fallzahl



BISLANG SIND DIGITAL TWINS NICHT RELEVANT FÜR DIE BEFRAGTEN UNTERNEHMEN

Welche der folgenden Technologien und Methoden nutzen, planen oder diskutieren Sie zwecks Einsatz bei der Entwicklung neuer Produkte oder Services?

Digital Twins



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

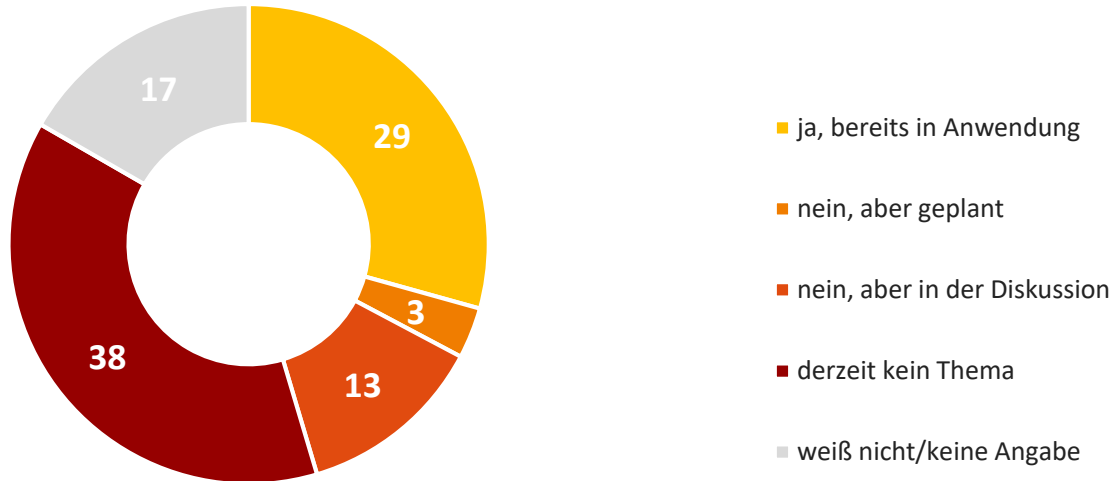
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

 geringe Fallzahl



29 PROZENT DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN ARBEITEN MIT DYNAMIC PRICING, 38 PROZENT ZIEHEN DAS DERZEIT NICHT IN BERTRACHT

Nutzt Ihr Unternehmen Dynamic Pricing, bei dem jedem Kunden für ein Produkt/eine Dienstleistung ein individueller Preis angeboten wird?

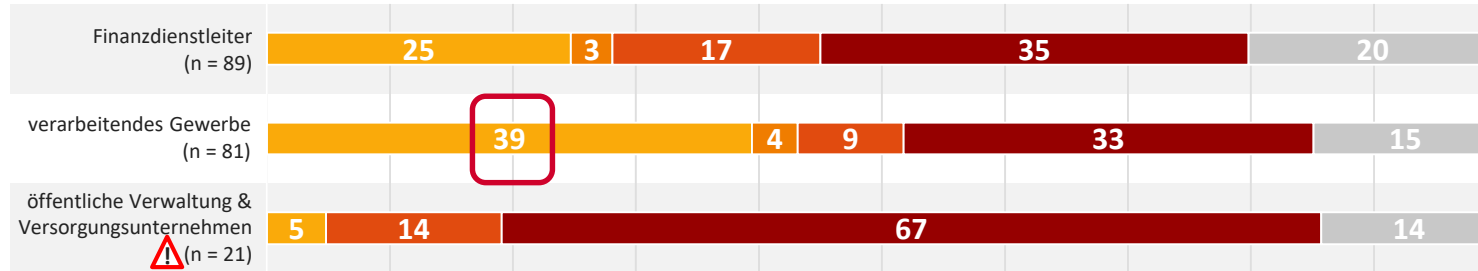


Basis: alle Befragten; n = 198;
Angaben in Prozent



DYNAMIC PRICING FINDET GRÖßTENTEILS IM VERARBEITENDE GEWERBE ANWENDUNG

Nutzt Ihr Unternehmen Dynamic Pricing, bei dem jedem Kunden für ein Produkt/eine Dienstleistung ein individueller Preis angeboten wird?



- ja, bereits in Anwendung
- nein, aber geplant
- nein, aber in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

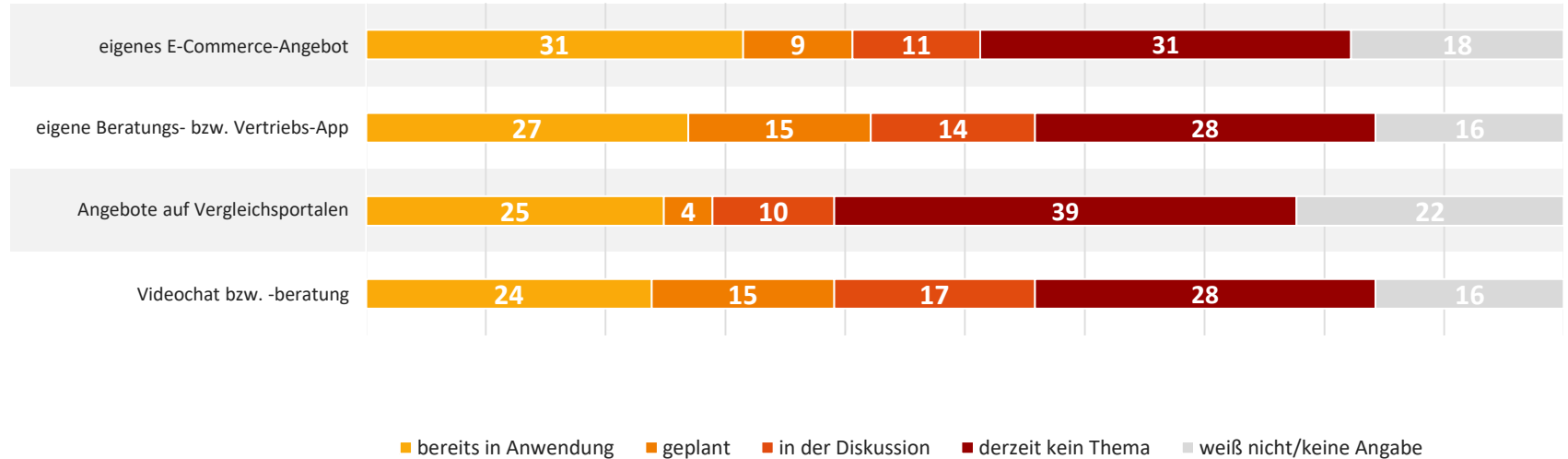
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

 geringe Fallzahl



PRÄSENZ IM E-COMMERCE UND AUF VERGLEICHSPORTALEN SOWIE DIGITALE KOMMUNIKATIONSTECHNOLOGIEN SIND AM WEITESTEN VERBREITET

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

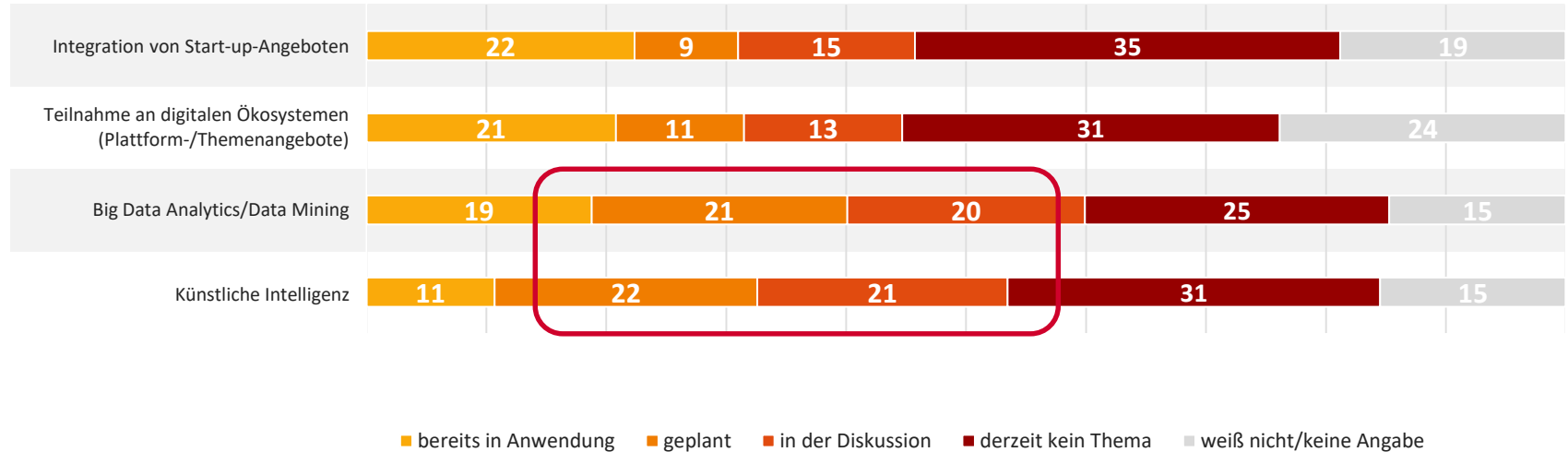


Basis: alle Befragten; n = 197;
Angaben in Prozent



IN ZUKUNFT IST IM VERTRIEB MIT ZUNEHMENDEM EINSATZ VON BIG DATA ANALYTICS UND KÜNSTLICHER INTELLIGENZ ZU RECHNEN

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?



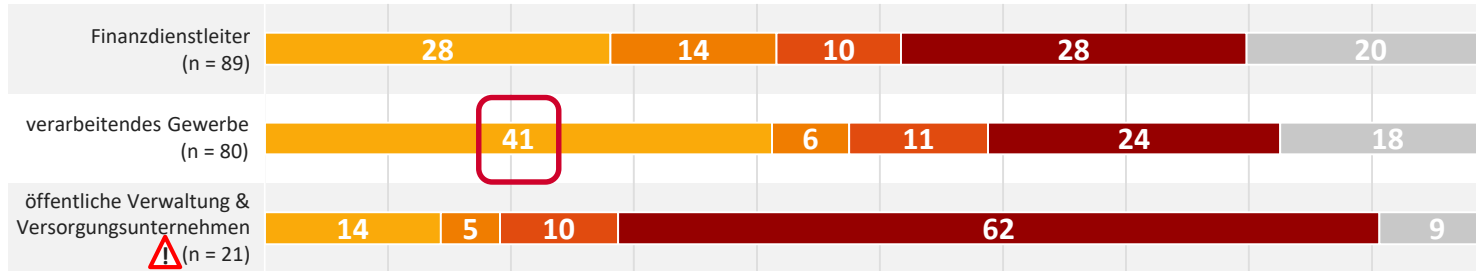
Basis: alle Befragten; n = 197;
Angaben in Prozent



EIN EIGENES E-COMMERCE-ANGEBOT BETREIBT VOR ALLEM DAS VERARBEITENDE GEWERBE

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

eigenes E-Commerce-Angebot



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

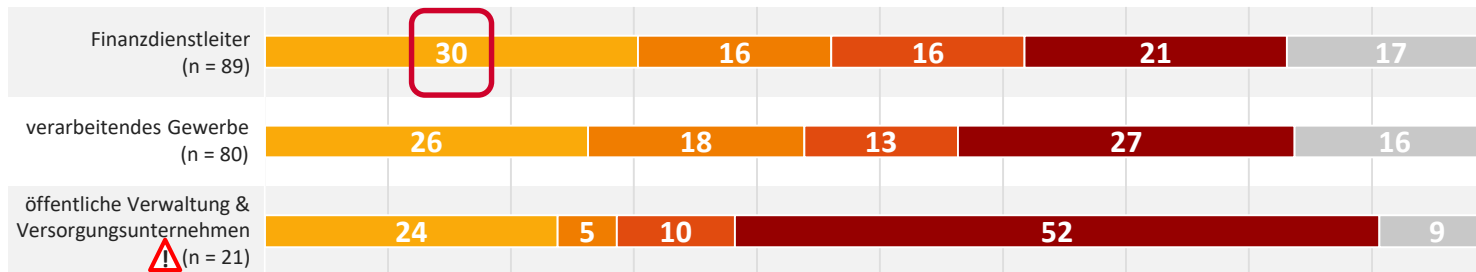
⚠ geringe Fallzahl



MIT APPS WOLLEN FINANZDIENSTLEISTER IHREN KUNDEN NÄHER SEIN

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

eigene Beratungs- bzw. Vertriebs-App



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

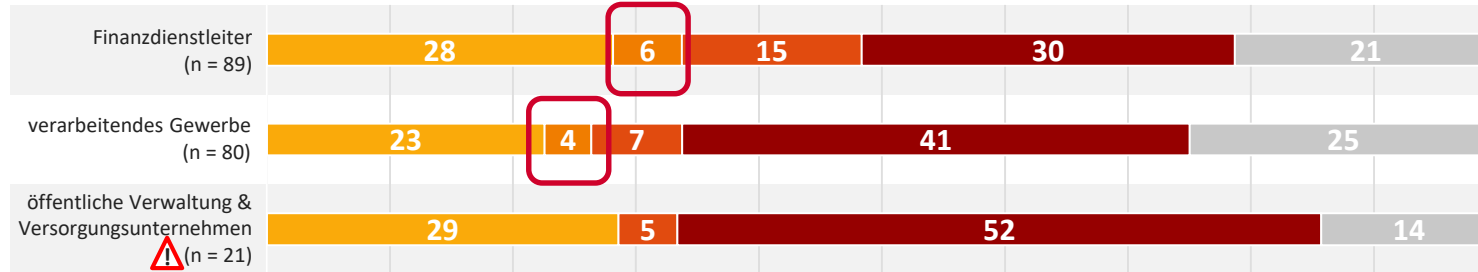
 geringe Fallzahl



BRANCHENÜBERGREIFEND IST MIT EINEM GERINGFÜGIGEM AUSBAU VON AKTIVITÄTEN AUF VERGLEICHSPORTALEN ZU RECHNEN

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

Angebote auf Vergleichsportalen



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

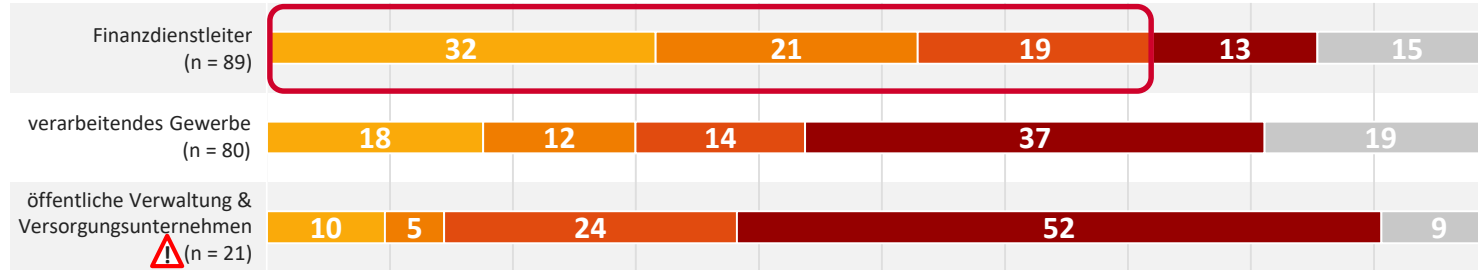
⚠ geringe Fallzahl



TENDENZ STEIGEND: FINANZDIENSTLEISTER KOMMUNIZIEREN ORTSUNABHÄNGIG ÜBER DEN VIDEOKANAL

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

Videochat bzw. -beratung



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

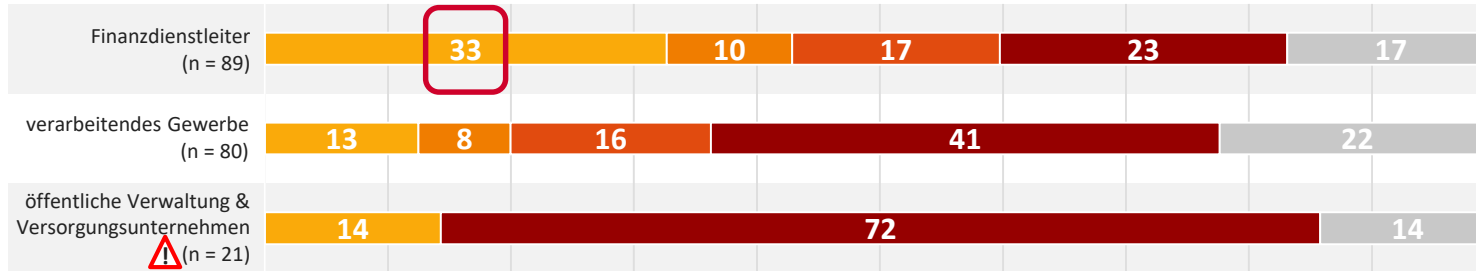
⚠ geringe Fallzahl



DAS EIGENE PRODUKTPORTFOLIO REICHERN VOR ALLEM FINANZDIENSTLEISTER MIT START-UP-ANGEBOTEN AN

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

Integration von Start-up-Angeboten



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

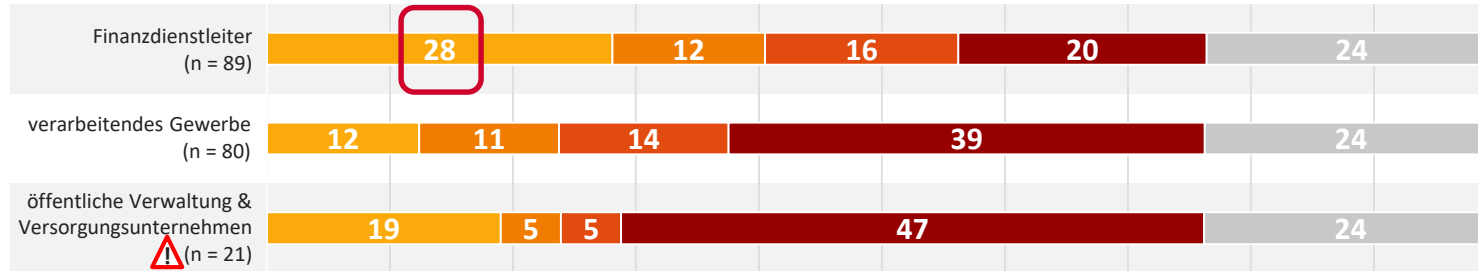
⚠ geringe Fallzahl



INSBESONDERE FINANZDIENSTLEISTERN BIETEN DIGITALE ÖKOSYSTEME BEREITS HEUTE ZUSÄTZLICHE ABSATZCHANCEN

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

Teilnahme an digitalen Ökosystemen (Plattform-/Themenangebote)



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

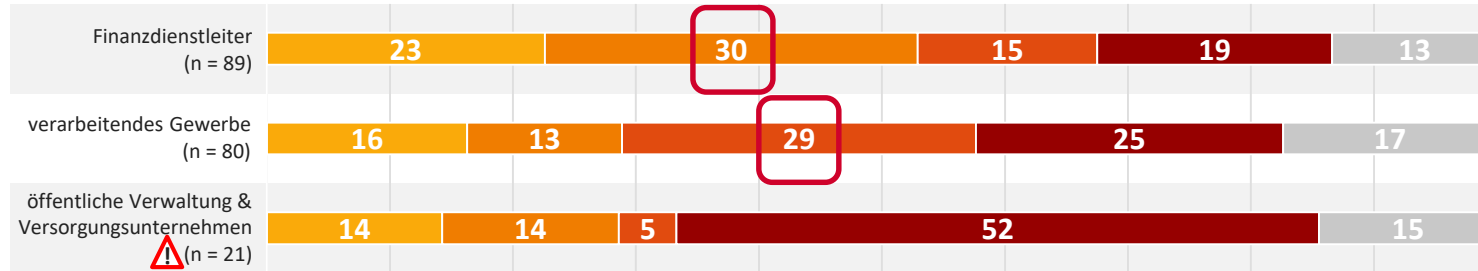
 geringe Fallzahl



WÄHREND DER EINSATZ VON BIG DATA ANALYTICS/DATA MINING BEI FINANZDIENSTLEISTERN HÄUFIG GEPLANT IST, STEHT DIES IM VERARBEITENDEN GEWERBE NOCH ZUR DISKUSSION

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

Big Data Analytics/Data Mining



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

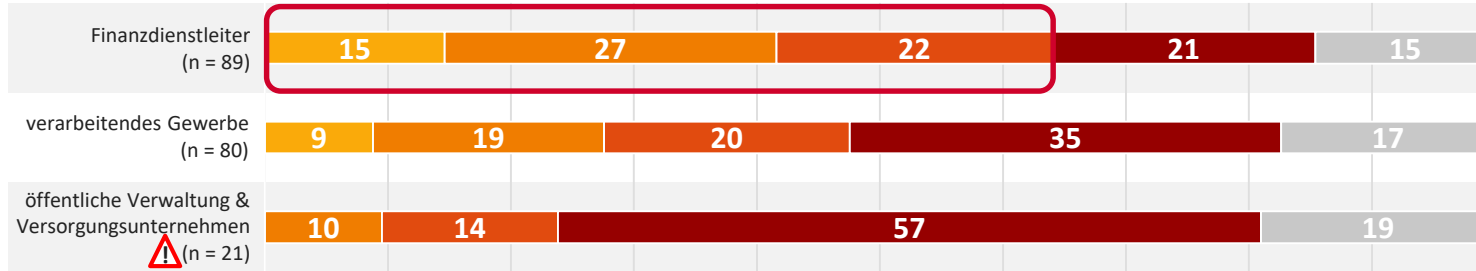
⚠ geringe Fallzahl



DIE FINANZDIENSTLEISTER WERDEN IHRE VORREITERROLLE BEI DER NUTZUNG KÜNSTLICHER INTELLIGENZ IM VERTRIEB WEITER AUSBAUEN

Welche vertriebstechnologischen Entwicklungen sind in Ihrem Unternehmen in Diskussion, geplant oder bereits in Anwendung?

Künstliche Intelligenz



- bereits in Anwendung
- geplant
- in der Diskussion
- derzeit kein Thema
- weiß nicht/keine Angabe

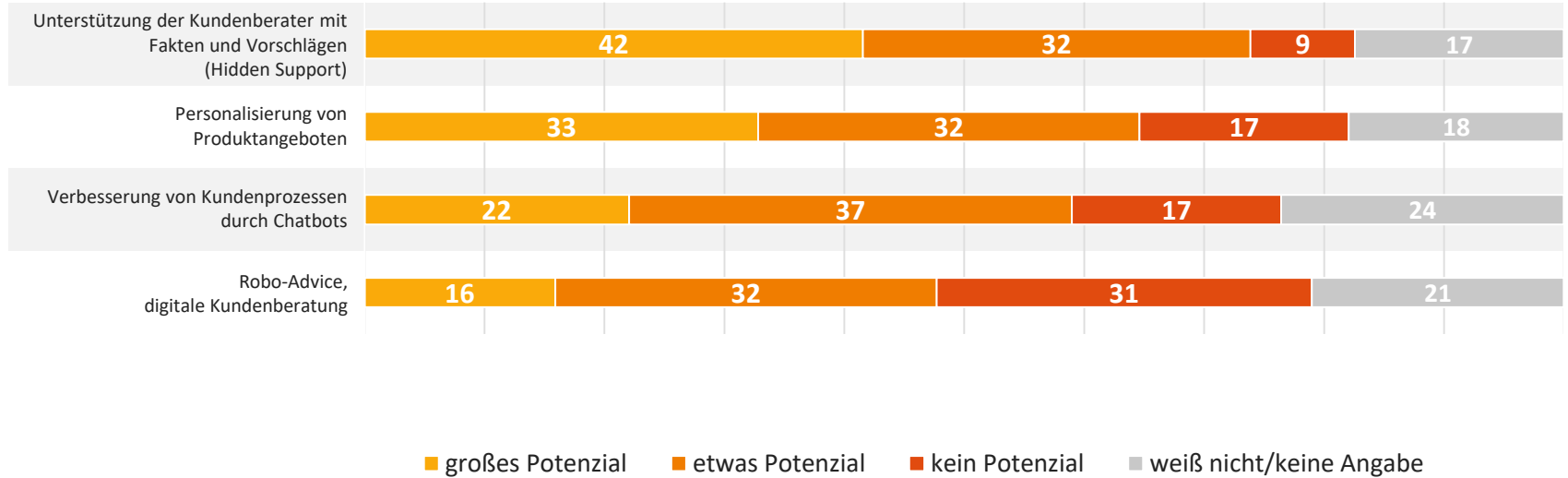
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

⚠ geringe Fallzahl



MIT KÜNSTLICHER INTELLIGENZ ZU BEDARFSGERECHTER KUNDENBERATUNG

Mit Blick auf Künstliche Intelligenz (KI): In welchen Einsatzbereichen sehen Sie in Ihrem Unternehmen Potenzial für KI?



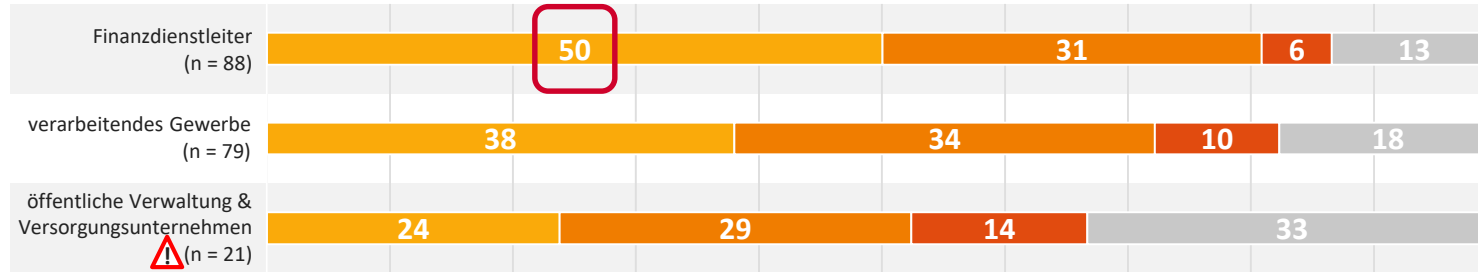
Basis: alle Befragten; n = 195;
Angaben in Prozent



JEDER ZWEITE FINANZDIENSTLEISTER SIEHT GROßES POTENZIAL FÜR KI-EINSATZ IM HIDDEN SUPPORT

Mit Blick auf Künstliche Intelligenz (KI): In welchen Einsatzbereichen sehen Sie in Ihrem Unternehmen Potenzial für KI?

Unterstützung der Kundenberater mit Fakten und Vorschlägen (Hidden Support)



■ großes Potenzial ■ etwas Potenzial ■ kein Potenzial ■ weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

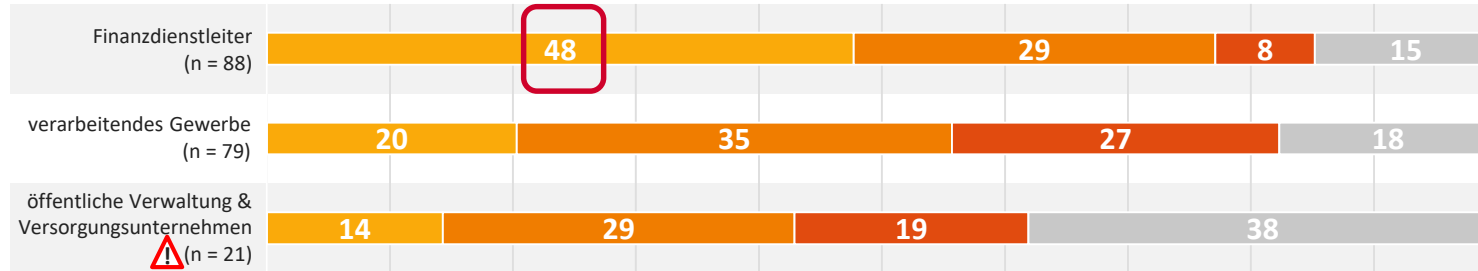
 geringe Fallzahl



INDIVIDUELLE FINANZPRODUKTE DANK KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

Mit Blick auf Künstliche Intelligenz (KI): In welchen Einsatzbereichen sehen Sie in Ihrem Unternehmen Potenzial für KI?

Personalisierung von Produktangeboten



■ großes Potenzial ■ etwas Potenzial ■ kein Potenzial ■ weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

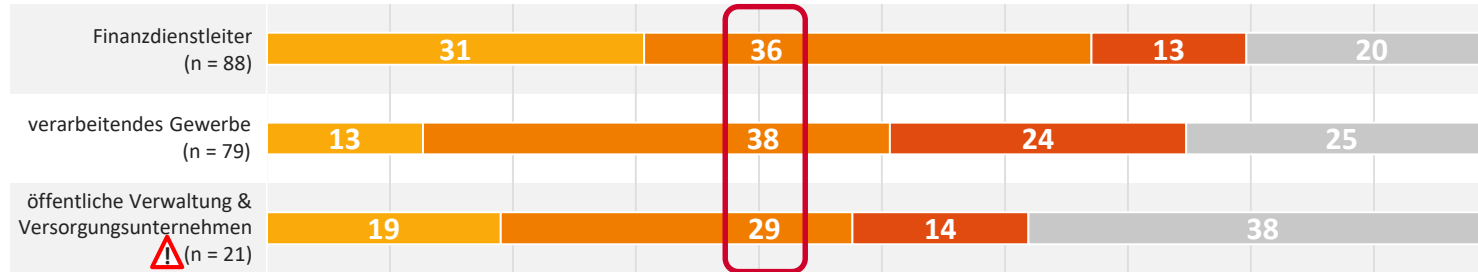
⚠ geringe Fallzahl



CHATBOTS WIRD BRANCHENÜBERGREIFEND EHER MÄßIGES POTENZIAL ZUGESPROCHEN

Mit Blick auf Künstliche Intelligenz (KI): In welchen Einsatzbereichen sehen Sie in Ihrem Unternehmen Potenzial für KI?

Verbesserung von Kundenprozessen durch Chatbots



■ großes Potenzial ■ etwas Potenzial ■ kein Potenzial ■ weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

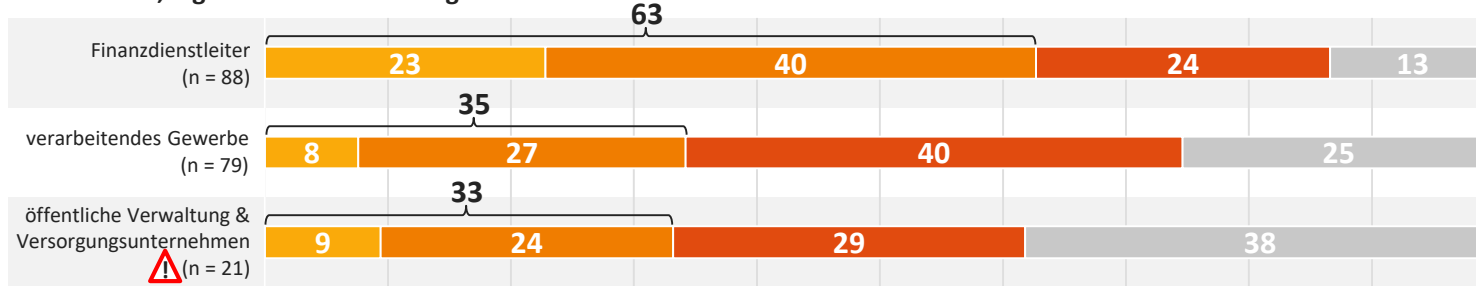
⚠ geringe Fallzahl



INSBESONDERE FINANZDIENSTLEISTER SEHEN ROBO-ADVICE ALS POTENZIELLES EINSATZGEBIET IM EIGENEN UNTERNEHMEN AN

Mit Blick auf Künstliche Intelligenz (KI): In welchen Einsatzbereichen sehen Sie in Ihrem Unternehmen Potenzial für KI?

Robo-Advice, digitale Kundenberatung



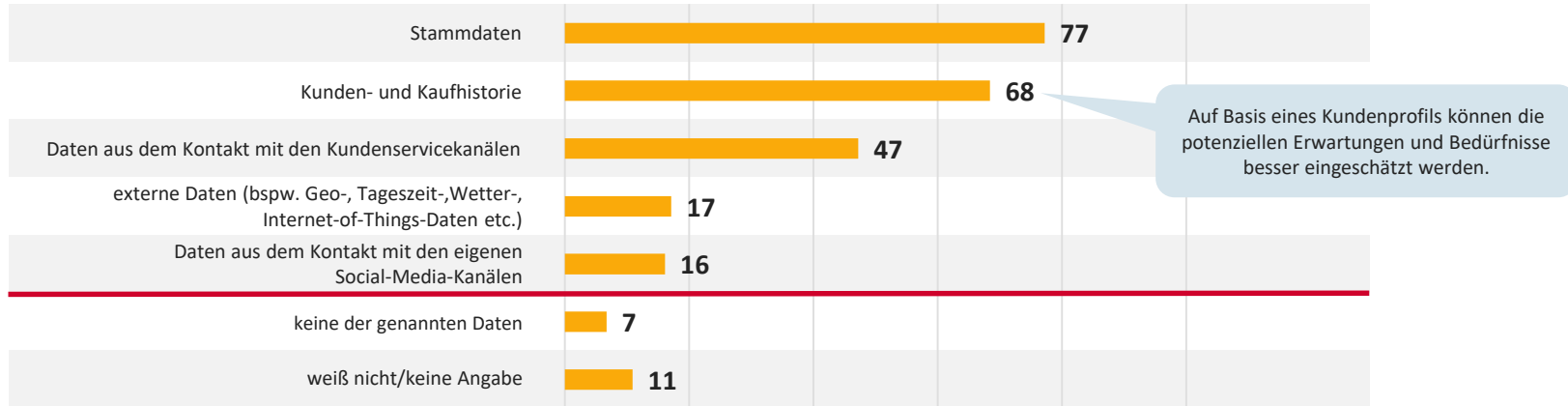
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

 geringe Fallzahl



STAMMDATEN GEHÖREN BEI UNTERNEHMEN ZU DEN STANDARDDATENQUELLEN

Welche Daten nutzen Sie im Marketing, in der Produktentwicklung oder im Kundenservice, um Kunden individuelle Angebote zu unterbreiten?

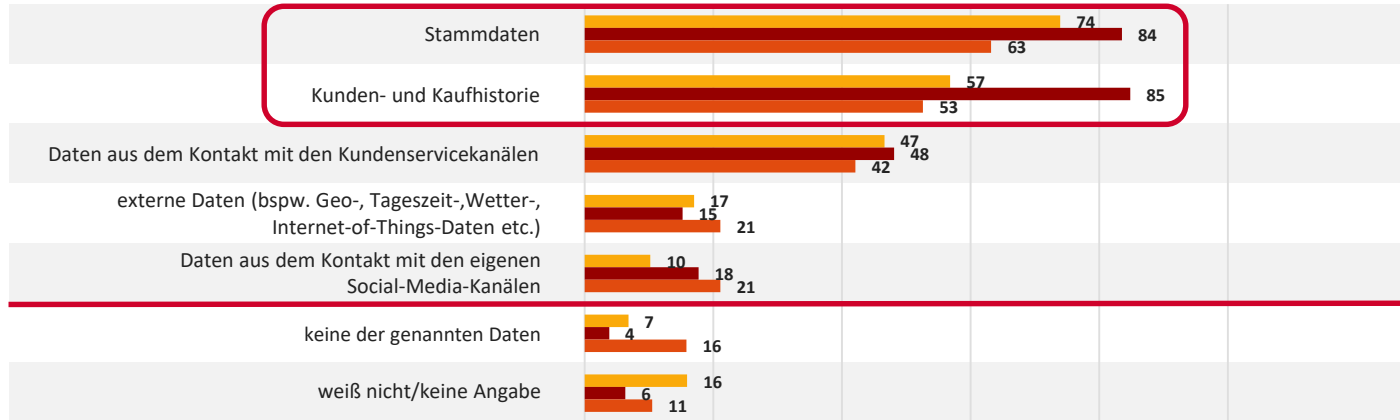


Basis: alle Befragten; n = 193;
Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich



DAS VERARBEITENDE GEWERBE NUTZT INFORMATIONEN ZUR KUNDEN- UND KAUFHISTORIE AM STÄRKSTEN

Welche Daten nutzen Sie im Marketing, in der Produktentwicklung oder dem Kundenservice, um Kunden individuelle Angebote zu unterbreiten?



■ Finanzdienstleister (n = 88)

■ verarbeitendes Gewerbe (n = 79)

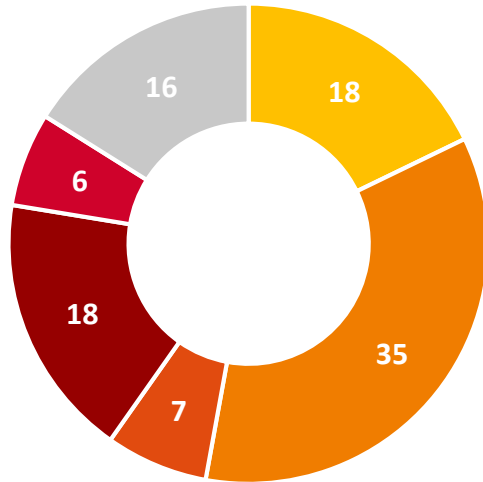
Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent; Mehrfachantworten möglich

geringe Fallzahl



CUSTOMER EXPERIENCE IST CHEFSACHE

Wer trägt in Ihrem Unternehmen die Verantwortung für das Kundenerlebnis?



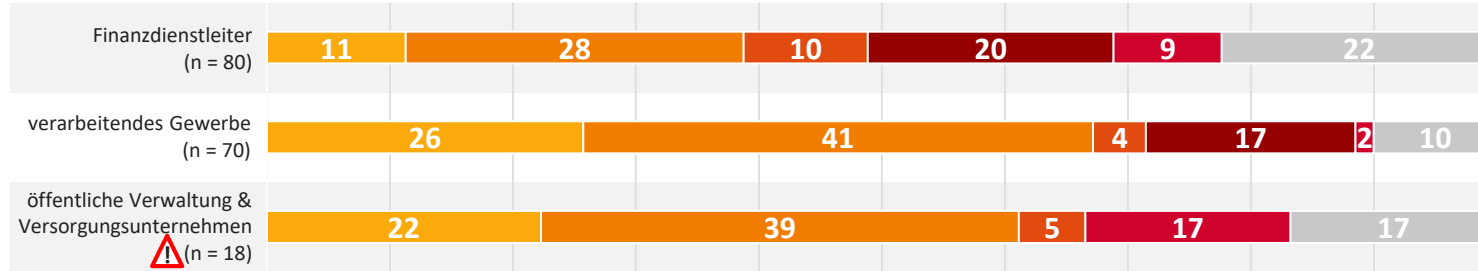
- CMO (Chief Marketing Officer; Marketingleiter)
- CEO (Chief Executive Officer; Geschäftsleitung)
- CCO (Chief Customer Officer; spezieller Verantwortungsbereich für Kundenzufriedenheit)
- Produktmanager
- niemand
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; n = 174;
Angaben in Prozent



DIE VERANTWORTUNG FÜR DAS KUNDENERLEBNIS LIEGT BRANCHEN-ÜBERGREIFEND MEHRHEITLICH BEI DER GESCHÄFTSLEITUNG

Wer trägt in Ihrem Unternehmen die Verantwortung für das Kundenerlebnis?



- CMO (Chief Marketing Officer; Marketingleiter)
- CEO (Chief Executive Officer; Geschäftsleitung)
- CCO (Chief Customer Officer; spezieller Verantwortungsbereich für Kundenzufriedenheit)
- Produktmanager
- niemand
- weiß nicht/keine Angabe

Basis: alle Befragten; Angaben in Prozent

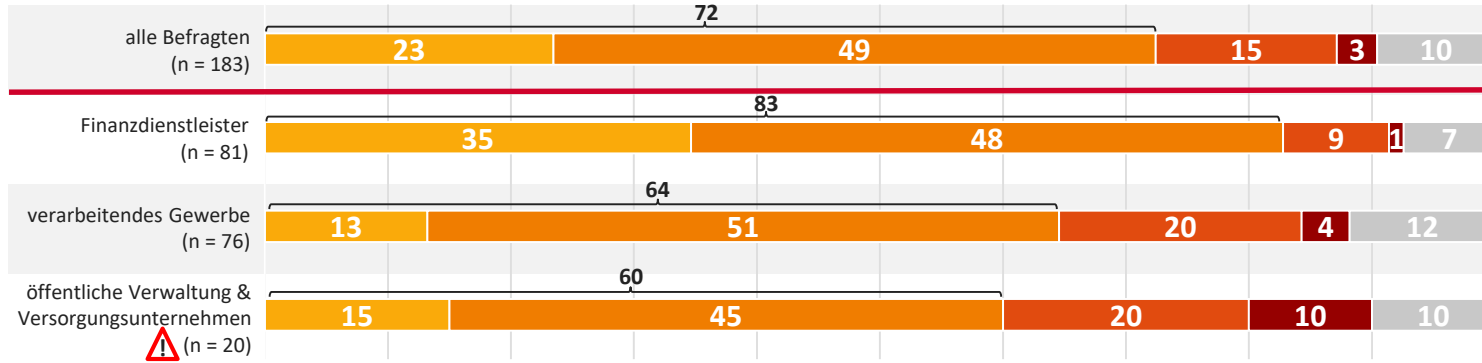
⚠ geringe Fallzahl



DIE TEILNAHME AN DIGITALEN ÖKOsystemEN WIRD ZUM ERFOLGSFAKTOR IN DER KUNDENBEZIEHUNG

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Kunden werden künftig Anbieter bevorzugen, die ihnen über digitale Ökosysteme bzw. auf Themen-Plattformen Zugang zu Lösungen für ihre Bedürfnisse anbieten.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

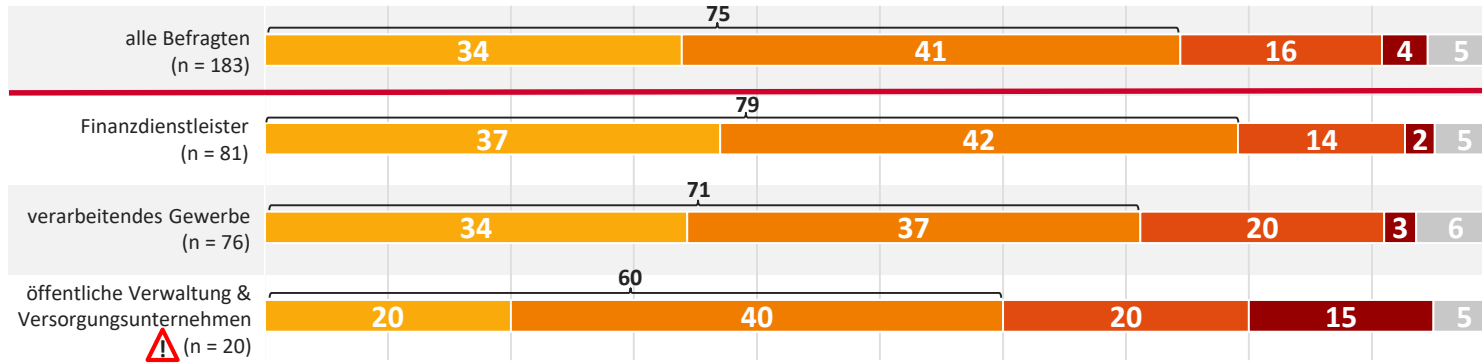
Basis: Angaben in Prozent



UNTERNEHMEN UND BEHÖRDEN RECHNEN MIT HOHEM VERÄNDERUNGSTEMPO BEI KUNDENERWARTUNGEN UND -VERHALTEN

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Die Erwartungen und das Kaufverhalten unserer Kunden verändern sich immer schneller.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

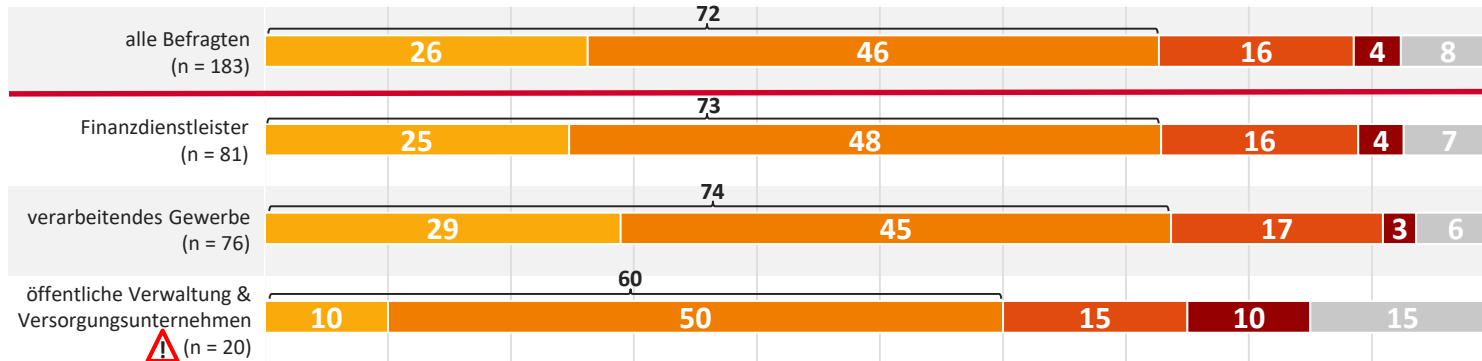
Basis: Angaben in Prozent



FINANZPRODUKTE UND ERZEUGNISSE DES VERARBEITENDEN GEWERBES WERDEN SICH KÜNFTIG INDIVIDUELLER AM KUNDENBEDARF ORIENTIEREN

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Die Produkte in unserer Branche werden künftig immer individueller an den Bedarf einzelner Kunden angepasst.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

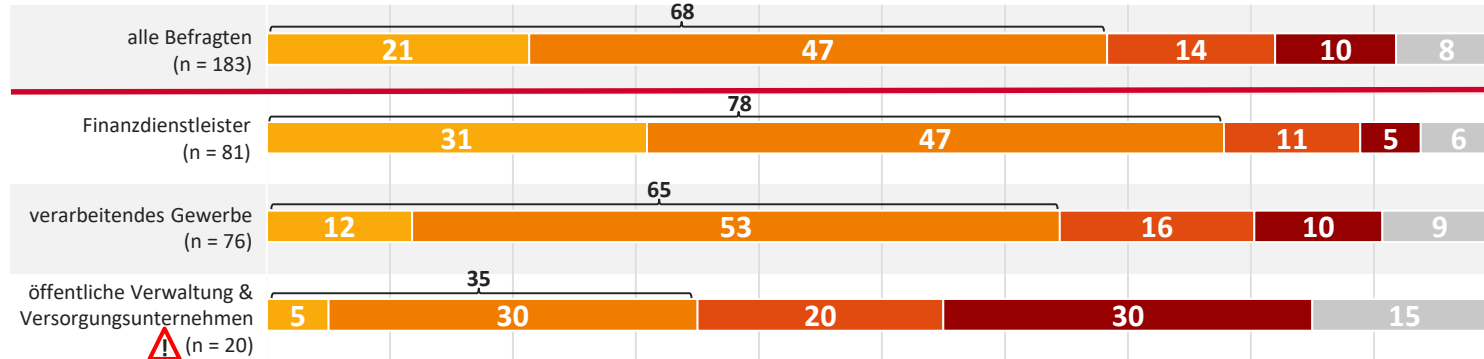
Basis: Angaben in Prozent



FINANZDIENSLLEISTER SIND BEI DER NEUKUNDENGEWINNUNG IMMER MEHR AUF TECH-UNTERNEHMEN ANGEWIESEN

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Um neue Kunden zu erreichen, müssen Unternehmen in unserer Branche verstärkt mit Tech-Unternehmen kooperieren.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

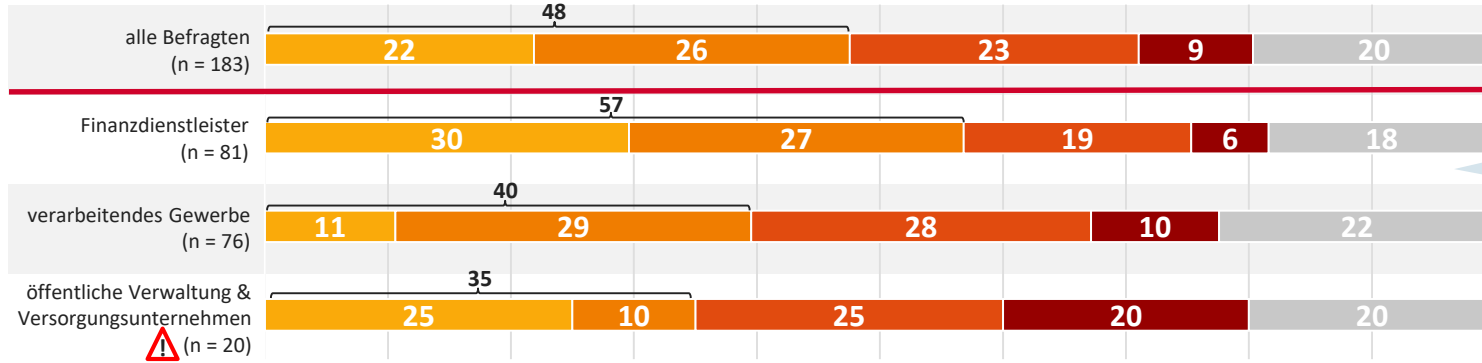
Basis: Angaben in Prozent



BEI FINANZDIENSTLEISTERN SIND OPT-INS FÜR DAS MARKETING BESONDERS WICHTIG

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Die Generierung von Marketing-Einwilligungen (Opt-ins) ist essentiell für erfolgreiche Marketing-Kommunikation in unserer Branche.



Zu Opt-ins macht gut ein Fünftel keine Angabe.

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

⚠ geringe Fallzahl

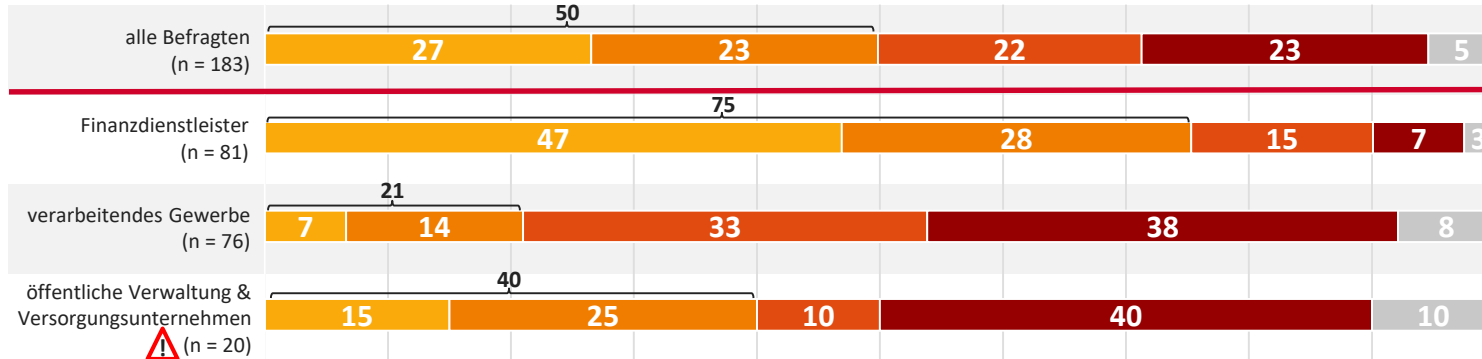
Basis: Angaben in Prozent



DIE FINANZDIENSTLEISTER SPÜREN STARKEN KONKURRENZDRUCK VONSEITEN DER GROßEN TECH-UNTERNEHMEN

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Die großen Tech-Unternehmen (Google, Facebook, Apple, Amazon) können aufgrund ihres Kundenwissens auch in unserer Branche zu einem starken Wettbewerber werden oder sind es bereits.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

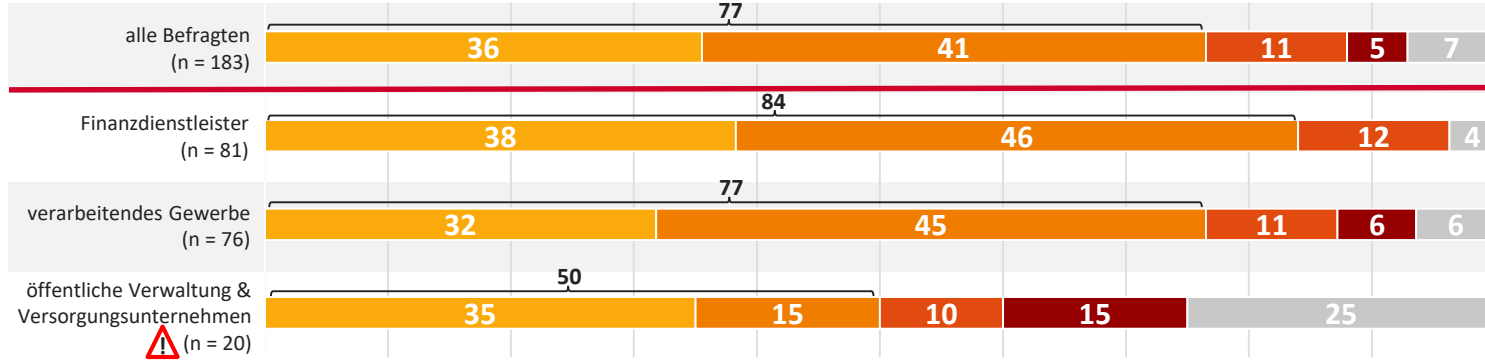
Basis: Angaben in Prozent



KUNDENZENTRIERUNG GILT ALS WACHSTUMSCHANCE

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Das zunehmende Kundenbedürfnis nach individuelleren Produkten bzw. Services ist eine Chance für Wachstum und mehr Umsatz in meinem Unternehmen.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

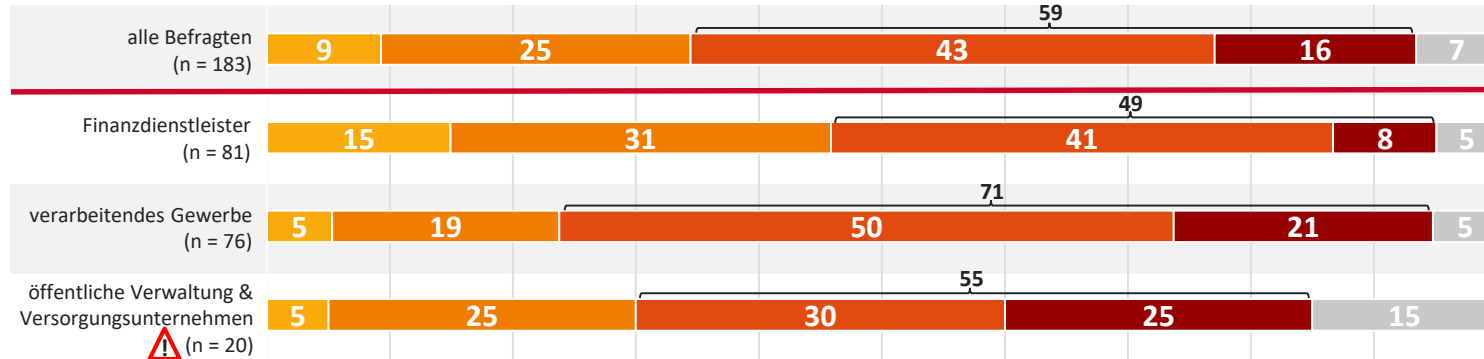
Basis: Angaben in Prozent



FÜR DAS VERARBEITENDE GEWERBE IST DER TREND ZUR INDIVIDUALISIERUNG SELTEN GRUND ZUR SORGE, FINANZDIENSTLEISTER ÄUßERN HÄUFIGER BEDENKEN

Inwieweit stimmen Sie dieser These zur Zukunft der Kundenbeziehungen zu?

Der in der Wirtschaft vorherrschende Trend zu verstärkter Individualisierung des Angebots birgt für mein Unternehmen das Risiko, Kunden und Geschäft zu verlieren.



- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu
- weiß nicht/keine Angabe

 geringe Fallzahl

Basis: Angaben in Prozent





sopra  steria
CONSULTING

